

# **INOVASI TRIBUN TIMUR DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0**



## **Tesis**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memeroleh  
Gelar Magister dalam Bidang Dakwah dan Komunikasi pada  
Program Pascasarjana UIN Alauddin  
Makassar

**Oleh:**

**IKHWAN**  
**NIM: 80100218087**

**PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR**

**2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ikhwan  
NIM : 8010018087  
Tempat/Tgl. Lahir : Parippung, 12 Mei 1991  
Prodi/Konsentrasi : Dirasah Islamiah/ Dakwah dan Komunikasi  
Fakultas/Program : Pascasarjana UIN Alauddin Makassar  
Alamat : Komp. Pesona Prima Griya F1/2 Antang  
Judul : Inovasi Tribun Timur Di Era Revolusi Industri 4.0

Dengan penuh kesadaran, penulis yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis ini benar adalah hasil karya penulis sendiri. Jika dikemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka tesis dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 25 September 2020

Penulis,



**Ikhwan**

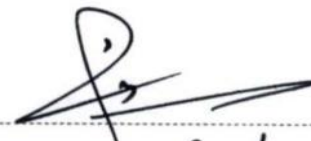
NIM: 80100218087

## PENGESAHAN TESIS

Tesis dengan judul "*Inovasi Tribun Timur Di Era Revolusi Industri 4.0*", yang disusun oleh Saudara **Ikhwan**, NIM: **80100218087**, telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Ujian Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari **Kamis, 17 September 2020** Masehi, bertepatan dengan tanggal **29 Muharram 1442** Hijriah, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam bidang **Dakwah dan Komunikasi** pada Pascasarjana UIN Alauddin Makassar.

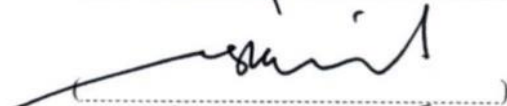
**PROMOTOR:**

Dr. Firdaus Muhammad, M.A.

()

**KOPROMOTOR:**

Dr. Kamaluddin Tajibu, M.Si.

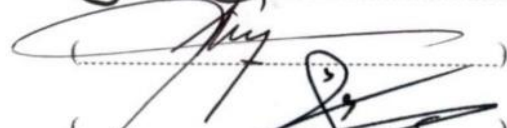
()

**PENGUJI:**

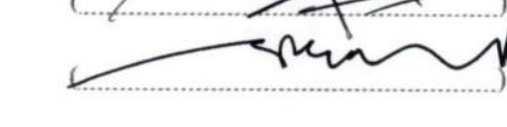
1. Dr. Abdul Halik, M.Si.

()

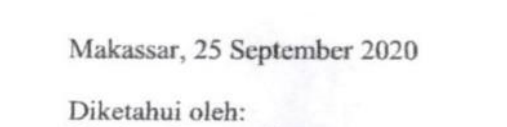
2. Dr. Arifuddin Tike, M.Sos.I.

()

3. Dr. Firdaus Muhammad, M.A.

()

4. Dr. Kamaluddin Tajibu, M.Si.

()

Makassar, 25 September 2020

Diketahui oleh:

Direktur Pascasarjana

UIN Alauddin Makassar,



Prof. Dr. H. M. Ghalib M., M.A.

NIP. 19591001 198703 1 004

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَ بِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَ الدِّينِ. وَ  
صَلَّى اللَّهُ وَ سَلَّمَ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ خَاتَمِ النَّبِيِّينَ وَ آلِهِ وَ صَحْبِهِ  
أَجْمَعِينَ. وَ لَا حَوْلَ وَ لَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ الْعَلِيِّ الْعَظِيمِ

Segala puji bagi Allah swt. atas segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul: Inovasi Tribun Timur Di Era revolusi Industri 4.0. Salam dan shalawat selalu terpatrit dalam sanubari, sebagai doa kepada Nabi Muhammad saw., beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya.

Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister (Strata 2) pada program studi Dirasah Islamiyah konsentrasi Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Dalam penyusunan tesis ini penulis sangat menyadari bahwa keberhasilannya dalam perkuliahan dan juga dalam penyelesaian tesis, selain karena ketekunan penulis dan juga atas bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada orang-orang yang telah mendoakan, membantu, dan mendukung penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Utamanya kepada Bapak H. Bandu Dg Mappuji dan Ibu Hj. Nursidar selaku orang tua yang selama ini tidak henti-hentinya memberikan dukungan, restu dan doa kepada penulis hingga sekarang.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Hamdan Juhannis, M.A., Ph.D., Rektor UIN Alauddin Makassar beserta Wakil Rektor I Bapak Prof. Dr. H. Mardan, M.Ag., Wakil Rektor II Bapak Dr. Wahyuddin Naro, M.Hum., Wakil Rektor III Bapak Prof. Dr. Darussalam Syamsuddin, M.Ag., dan Wakil Rektor IV Bapak Dr. H. Kamaluddin Abunawas, M.Ag., yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menempuh pendidikan di UIN Alauddin Makassar dan atas segala fasilitas yang tersedia.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Ghalib M, M.A., selaku Direktur Pascasarjana UIN Alauddin Makassar beserta Wakil Direktur Pascasarjana Bapak Dr. H. Andi Aderus, Lc., M.A., yang telah mendukung aktivitas perkuliahan penulis hingga akhir penyelesaian kuliah.
3. Ibu Dr. Indo Santalia, M.Ag., selaku Ketua Program Studi Dirasah Islamiyah Pascasarjana UIN Alauddin Makassar beserta Sekretaris Program Studi Dirasah Islamiyah Bapak Dr. La Ode Ismail Ahmad M.Th.I., dengan rasa tulus memberikan bimbingan arahan, motivasi, nasehat, dan masukan selama penulis menempuh perkuliahan.
4. Bapak Dr. Firdaus Muhammad, M.A., selaku promotor dan Bapak Dr. Kamaluddin Tajibu, M.Si., selaku Kopromotor, yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis sehingga tesis ini terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. Abd. Halik, M.Si., dan Bapak Dr. Arifuddin Tike, M.Sos.I., selaku penguji yang juga telah memberikan kesempatan, kesabaran, dan perhatiannya untuk memberikan beberapa masukan dalam penulisan tesis ini.

6. Segenap Dosen, Staff Jurusan, Staff Tata Usaha, serta Staff Perpustakaan Program Pascasarjana UIN Alauddin Makassar yang tak luput dari ingatan penulis untuk menghaturkan ucapan terimakasih atas bimbingan, pelayanan serta arahan selama penulis menempuh proses perkuliahan di Program Pascasarjana UIN Alauddin Makassar.
7. Kepada seluruh informan dari Tribun Timur atas kontribusinya kepada penulis dalam memberikan data, informasi, dan waktu luang untuk *interview* sebagai tahap dalam penyelesaian tesis ini.
8. Saudara-saudari tercinta Hamirah, A.Md., Edi Sumardi, S.Pd., Pipin Kasturi, dan Safar, ST., atas motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
9. Kepada teman-teman seperjuangan Kak Riska, Putriany, Wirda Rahmadani, Muammar, Juhansyah, dan Abdullah yang selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama perkuliahan.
10. Kepada rekan-rekan dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar yang telah memberikan dukungan kepada saya selama menjalani studi.

Makassar, 25 September 2020

Penulis,



**Ikhwan**

NIM: 80100218087

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
PEDOMAN LITERASI .....	x
ABSTRAK .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1-16
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus .....	11
C. Rumusan Masalah .....	13
D. Penelitian Terdahulu .....	13
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	15
BAB II TINJAUAN TEORITIS .....	17-65
A. Komunikasi dan Komunikasi Massa .....	17
B. Manajemen Media <i>Online</i> .....	38
C. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Media <i>Online</i> .....	50
D. Konvergensi Media Di Era Revolusi Industri 4.0 .....	54
E. Kerangka Konseptual .....	63
BAB III METOLOGI PENELITIAN .....	66-70
A. Jenis Penelitian .....	66
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	66
C. Objek dan Subjek Penelitian .....	66
D. Metode Pendekatan .....	67
E. Metode Pengumpulan Data .....	67
F. Instrumen Penelitian .....	69
G. Analisis Data .....	70
BAB IV INOVASI TRIBUN TIMUR DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 .....	71-174
A. Profil Tribun Timur .....	71
B. Manajemen Media <i>Online</i> Tribun Timur .....	79

C. Peluang dan Tantangan Tribun Timur .....	150
D. Pembahasan .....	159
BAB V PENUTUP .....	175-177
A. Kesimpulan .....	175
B. Implikasi Penelitian .....	177
KEPUSTAKAAN .....	178-181
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	182
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	194



## DAFTAR GAMBAR

Alur Pruduksi Media .....	44
Bagan Kerangka Konseptual .....	65
Logo Koran Tribun Timu .....	78
Logo Media <i>Online</i> Tribun Timur .....	79
Struktur Organisasi Media <i>Online</i> Tribun Timur .....	95
Alur Penyajian Berita Media <i>Online</i> Tribun Timur .....	100
Tribun Timur <i>E-Paper</i> .....	122
<i>Facebook</i> Tribun Timur .....	128
<i>Twitter</i> Tribun Timur .....	130
<i>Instagram</i> Tribun Timur .....	134
<i>Youtube</i> Tribun Timur .....	137
Portal Tribun Timur .....	142
Tribun Timur Diskusi Atau Dialaog Virtual .....	145
Tribun Timur <i>Podcast</i> .....	148
Tribun Family Card (TFC) .....	149
Perkembangan Penggunaan Internet Di indonesia .....	152

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### *A. Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI., masing-masing Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987 sebagai berikut:

#### **1. Konsonan**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	apostrop terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	hamzah	,	Apostop
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>fathah</i>	A	a
إ	<i>Kasrah</i>	I	i
أ	<i>ḍammah</i>	U	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
إي	<i>fathah dan yā’</i>	Ai	a dan i
أو	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauila*

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...   ...ى	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
ى	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَات : *māta*

رَمَا : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

#### 4. *Tā' marbūtah*

Transliterasinya untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu: *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

#### 5. *Syaddah (Tasydīd)*

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan

huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعِمُّ : *nu‘‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ع ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah*, maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabī (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*Alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasinya ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf langsung yang *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْغُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أَمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Arab

Kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), Alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fī Zilāl al-Qur'ān*

*Al-Sunnah qabl al-tadwīn*

## 9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللّٰهِ دِيْنُ اللّٰهِ *dīnullāh billāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafs al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ *hum fī raḥmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenal ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama dari permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK,DK, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unẓila fih al-Qur'ān*

Nasīr al-Dīn al-Tūsi

Abū Nasr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Dalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar rujukan atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Nasr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Nasr Ḥāmid Abū)

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibutuhkan adalah:

swt.	= subḥānahū wa ta‘ālā
saw.	= ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam
a.s.	= ‘alaihi al-salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2:4 atau QS Āli ‘Imrān/3:4
HR	= Hadis Riwayat



## ABSTRAK

**Nama : Ikhwan**  
**NIM : 80100218087**  
**Judul : Inovasi Tribun Timur Di Era Revolusi Industri 4.0**

---

Pokok masalah penelitian ini adalah bagaimana inovasi Tribun Timur di era revolusi industri 4.0? Pokok permasalahan tersebut menimbulkan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana manajemen media *online* Tribun Timur serta peluang dan tantangannya?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang berorientasi lapangan (*field research*). Sumber data penelitian ini menggunakan data tertulis dan data lapangan dengan mengambil informan dari Tribun Timur. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara induktif (dari data ke teori), yakni berangkat dari data khusus hasil penelitian lapangan, berupa proses interpretasi transkrip hasil wawancara, pengamatan, dan dokumentasi yang telah terkumpul, kemudian dikorelasikan dengan pendekatan teori yang digunakan untuk menarik suatu kesimpulan umum. Adapun tahapan analisis yang dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif, yakni digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan gambaran Tribun Timur tentang inovasi Tribun Timur di era revolusi industri 4.0. Sedangkan metode interpretatif, yakni proses analisis yang dilakukan dengan cara penafsiran makna dari data lapangan untuk mengungkap dan memahami persepsi informan terkait objek permasalahan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi Tribun Timur di era revolusi industri 4.0 dapat meningkatkan pangsa pasar dan iklan. Berbagai strategi pun dilakukan dalam bentuk inovasi konvergensi media, manajemen redaksional, dan implikasi teknologi informasi dan media baru, sehingga Tribun Timur mampu mendefinisikan dirinya dari mediumnya. Selain itu, konvergensi media cetak Tribun Timur dapat mengatasi penurunan jumlah pembaca di media arus utama karena distribusi berita tidak lagi hanya bergantung pada koran, akan tetapi juga pada media *online*. Kehadiran media *online* ini adalah bagian dari media konvensional yang bertujuan untuk memperkuat fungsi media dari media sehingga mereka dapat memperluas jaringan pembaca melalui jangkauan yang lebih luas dari distribusi berita. Ini adalah jawaban atas tuntutan pasar agar bisa bertahan dan memenangkan pasar di era revolusi industri 4.0. Dengan demikian media cetak Tribun Timur dalam hal ini memanfaatkan media baru (*new media*) agar mereka dapat bertemu dan bersaing dalam upaya untuk merebut pasar dalam era revolusi industri 4.0.

Implikasi dari penelitian ini adalah: (1) Tribun Timur harus tetap melakukan inovasi yang kreatif dan mengikuti perkembangan zaman. (2) Manajemen Tribun Timur harus tetap ditingkatkan agar tetap menjadi media inovatif dalam menyambut revolusi industri 5.0. (3) Tribun Timur harus tetap menyajikan berita-berita yang aktual, cepat, dan tepercaya khususnya berita-berita seputar perkotaan yang berperan dalam mencerdaskan masyarakat pada umumnya. (4) Tribun Timur sebaiknya memiliki wartawan khusus untuk koran dan khusus untuk portal karena, agar berita yang dimuat di koran dan di portal berbeda, sehingga bisa menarik perhatian

pembaca. (5) Pembaca sebagai konsumen hendaknya menjadi pembaca yang cerdas dalam menerima informasi yang disajikan oleh media, demi perbaikan-perbaikan media itu sendiri.

*Keywords:* Tribun Timur, media *online*, konvergensi, inovasi, strategi, dan revolusi industri 4.0.

## ABSTRACT

**Name : Ikhwan**  
**Reg. Number : 80100218087**  
**Title : The Innovation of Tribun Timur in the Era of Industrial Revolution 4.0**

---

The main problem of this research is related to innovation made by Tribun Timur as a print media company in the era of industrial revolution 4.0? From the problem, a research question was asked namely “how is the online media management of Tribun Timur in terms of its opportunities and challenges?”

The methodological approach taken in this study was a qualitative descriptive research by using field research approach. The data sources of this research written and field data in which interview data were gained from informants of Tribun Timur. The data collection methods used were observation, in-depth interviews, and documentation. Data analysis in this study was carried out inductively (from data to theory). The specific research data gained from the interviews, observations, and documentation in the field were transcribed and interpreted in order to draw conclusions. The stages of data analysis consisted of two namely descriptive and interpretative analysis. The descriptive analysis was conducted to understand the general description of Tribun Timur and its innovations in the industrial era of 4.0. method of data analysis used was descriptive method. Meanwhile, the interpretive analysis was conducted by interpreting the perceptions of informants regarding the issue of the research.

This research indicated that the innovation of Tribun Timur in the era of the industrial revolution 4.0 could increase the market share and advertising. Various strategies were carried out in the forms of media convergence innovation, editorial management, and technology and new media enhancement. Because of the innovations, Tribun Timur was able to compete and adapt with the current condition. In addition, the convergence of Tribun Timur could overcome the decline of readers in the printed media because Tribun Timur was no longer dependent only on newspapers, but also on online media. The presence of online media has been successful to strengthen the media function so that Tribun Timur could expand their readership network through a wider reach of news distribution. This strategy has been the answer of the market demands in which Tribun Timur has to survive and win the market, particularly in the era of the industrial revolution 4.0. In this case, Tribun Timur has been successful to take advantages of new media (online media) so that they can compete to gain the attention of the market and readers.

The implications of this research are: (1) Tribun Timur has to continue to creatively innovate and keep up with the development of time. (2) Tribun Timur management is encouraged to further develop and improve so that the management could be ready to face the industrial revolution 5.0. (3) Tribun Timur has to continue to present actual, fast, and reliable news, particularly the local news related to education and public information. (4) Tribun Timur should have specific journalists for printed newspapers and specific journalists for online portals. Therefore, the news published in printed newspapers and online portals could be different which could

attract the attention of readers. (5) The readers are also encouraged to be critical in accepting any information presented from media.

*Keywords:* Tribun Timur, online media, convergence, innovation, strategies, industrial revolution 4.0.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### ***A. Latar Belakang Masalah***

Komunikasi merupakan sebuah kebutuhan fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Wilbur Schramm menyebut bahwa komunikasi dan masyarakat adalah kedua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab, tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat akan terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi.<sup>1</sup> Pada akhir abad ke-20, teknologi informasi dan komunikasi memasuki era baru, yang dikenal dengan era komunikasi digital. Pada era ini terjadi sebuah proses elaborasi antara media cetak dan media elektronik, media ini kemudian dikenal dengan istilah media komunikasi internet atau *cyberspace*. Cikal bakal lahirnya media internet dimulai pada saat ditemukannya sebuah perangkat komputer bernama ENIAC sebagai sebuah alat yang dapat mengkonversi beberapa peralatan penting yang sering digunakan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari.<sup>2</sup>

Revolusi komunikasi yang tumbuh saat ini mendorong dan mengubah dengan sangat cepat peran teknologi media. Peranan media dengan dukungan teknologi informasi sangat membantu, memudahkan, mempercepat dan memperluas peluang bagi informan kepada audien atau massa yang seolah-olah mengabaikan waktu fisik di muka bumi. Dengan kata lain, kehadiran media komunikasi modern telah membuat

---

<sup>1</sup>Wilbur Schramm, *The Process and Effects Of Mass Communication* dalam Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. 15; Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 2.

<sup>2</sup>Rogers Everette, *A History Of Communication Study*, dalam Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber* (Cet. 2; Jakarta: Pranadamedia Grup, 2014), h. 4.

semua penduduk dunia dapat dijangkau dengan mudah. Revolusi komunikasi juga sering disebut sebagai era digital, karena sebagian besar masyarakat pada masa tersebut menggunakan sistem digital dalam kehidupan sehari-hari. Era digital ditandai dengan berkembangnya teknologi informasi dari media massa.

Kemajuan bangsa, revolusi industri, peperangan, kemerdekaan, kriminalitas, kemerosotan moral, kekacauan sosial dan tindak kekerasan yang timbul di masyarakat juga tidak bisa dilepaskan dari peran media massa. Media massa merupakan istilah yang digunakan untuk mempertegas kehadiran suatu media yang dirancang sedemikian rupa agar dapat mencapai audien yang besar dan luas (bangsa dan negara). Kini Keberadaan media massa tidak boleh dipandang sebelah mata sebagai bagian dari produk pers. Media massa sudah menjadi salah satu bagian terpenting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Menurut teori demokrasi, media massa telah menjadi pilar ke-empat demokrasi disamping tiga pilar demokrasi lainnya yaitu eksekutif, legislatif, dan yudikatif.<sup>3</sup> Ketergantungan manusia pada media massa sudah sedemikian besar. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada masyarakat modern seperti saat ini akan sulit dihindari, apalagi dari peran media massa itu sendiri. Media massa seperti mampu mengatur kehidupan manusia, mulai dari bangun pagi hingga tidur di malam hari.

Setiap detik, menit, jam bahkan satu hari penuh berbagai media massa menyajikan beragam berita, informasi dan hiburan kepada khalayak untuk dinikmati, dipelajari, disanjung, dihujat dan lain sebagainya. Jenis dan ragamnya pun lambat laun semakin berkembang, dahulu manusia hanya bisa menikmati hiburan dan mendengar informasi melalui radio, koran (masyarakat *urban*), lalu bergeser ke

---

<sup>3</sup>Muhammad Amin Rais, *Selamatkan Indonesia* (Yogyakarta: PPSK Press, 2008), h. 115.

media televisi hitam putih yang tidak semua orang bisa memilikinya dikarenakan harganya cukup mahal. Pada akhirnya hadir media internet yang membawa perubahan secara signifikan bagi kehidupan manusia. Untuk mencari informasi, hiburan dan ilmu pengetahuan cukup mengandalkan akses internet yang bisa diakses kapanpun.

Marshall McLuhan mengklasifikasi dua tipe media massa yaitu media panas (*hot media*) adalah media yang menuntut sedikit pendengar, pembaca, atau para penonton. Pada intinya manusia tidak dinuntut apa-apa hanya menikmati yang sudah ada. Media dingin (*cool media*) adalah media yang membutuhkan proses perlengkapan atau membutuhkan tingkat partisipasi yang sangat tinggi. Dengan kata lain, media memiliki definisi yang rendah. Maksudnya, media dingin menuntut khalayak untuk memaknai setiap hal yang disuguhkan oleh media dan melengkapinya sehingga khalayak mengerti apa maksud dari media tersebut.<sup>4</sup>

Media cetak adalah media dalam bentuk segala sesuatu yang dicetak, tidak hanya koran, tabloid, atau majalah. Tapi juga termasuk *flyer*, *banner*, baliho, *poster*, hingga *giant poster*. Media cetak berawal dari ditemukannya huruf, yang merupakan penemuan/ revolusi terbesar dalam dunia konten, dan ditemukannya “koran” pertama yang ditulis atau lebih tepatnya dipahat diatas batu. Menurut beberapa pendapat penemuan ini merupakan revolusi yang sama besarnya dengan penemuan tulisan itu sendiri. Kemudian, berkembang sistem percetakan dengan menggunakan tanah liat, hingga kemudian diperbaharui oleh korea dengan sistem percetakan dengan menggunakan logam. Akan tetapi, sistem-sistem tersebut dianggap kurang efisien sehingga Johannes Gutenberg berusaha untuk menyempurnakan semua sistem cetak

---

<sup>4</sup>Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extension of Man* (New York: McGraw-Hill, 1964), h. 6.

tersebut sehingga diciptakan sistem percetakan yang lebih ekonomis pada tahun 1455. Media cetak terus berkembang seiring berkembangnya teknologi, sehingga kini dapat ditemukan berbagai ragam bentuk media cetak yang sudah jauh sekali dari bentuka awalnya saat pertama ditemukan. Media cetak sendiri memiliki kekurangan dan kelebihan. Kekurangan media cetak adalah tidak dapat menyajikan berita secara *real time* karena terpaut terhadap waktu terbit. Disamping kekurangan tersebut, media cetak memiliki kelebihan dibanding media *online* dan media elektronik terletak dari “daya tahan” informasi. Dari berbagai jenis media massa, media cetak memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lainya. Hasil cetakan tersebut permanen dan bisa disimpan sehingga pembaca bisa mengulanginya sampai mengerti isi pesan yang disampaikan, tanpa biaya tambahan. Selain itu, halaman media cetak, menurut Mondry, bisa terus ditambah seandainya diperlukan.<sup>5</sup> Selain itu, media cetak juga dapat menutupi kekurangan tersebut sehingga tetap dicintai oleh penggemar berita seperti, dapat kita miliki sehingga dapat kita baca kapanpun dan dimanapun serta analisis beritanya lebih mendalam, tajam, dan luas karena tidak terpaut pada ruang dan waktu. Maksudnya, media cetak tidak ada batasan mencari informasi dan tidak ada batasan menyajikan berita.

Seiring dengan perkembangan zaman media massa bertansisi ke arah *online* termasuk media cetak. Di era revolusi industri 4.0 ini penggunaan internet merupakan langkah bijak menghemat tenaga dalam mencari materi di internet cenderung lebih mutakhir. Internet yang tidak mengenal batas geografis juga menjadikannya sebagai sarana ideal penyebaran informasi. Duniapun dikejutkan kabar menghebohkan pada

---

<sup>5</sup>Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik* (Cet. 1; Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2008), h. 21.



18 Oktober 2012 lalu. Majalah *Newsweek* yang sudah malang melintang selama lebih dari tujuh dekade memutuskan akan menghentikan penerbitan edisi cetak per 31 Desember 2012. Penerbitan dalam edisi cetak selanjutnya akan diganti digital dengan mengusung nama *Newsweek Global*. Sekarang ini, hampir semua orang mengenal internet. Berdasarkan data Internet World Stats, hingga 2011 jumlah pengguna internet sudah lebih dari 2,2 miliar orang atau hampir sepertiga dari jumlah penduduk dunia. Angka tersebut berpeluang besar bertambah pada akhir 2012 mengingat akses internet kian mudah. Dulu, selain memanfaatkan fasilitas di kantor, orang harus ke warung atau kafe internet untuk bisa menjelajahi dunia maya.

Saat ini, internet bisa diakses kapan dan di mana saja. Dukungan piranti atau *gadget* yang semakin canggih memungkinkan orang mendapatkan akses internet dengan mudah. Selain *smartphone* dan *tablet*, mayoritas telepon seluler kini dilengkapi perangkat lunak untuk mengakses internet. Operator telepon seluler juga berlomba-lomba menawarkan paket berlangganan internet bertarif murah dengan kecepatan maksimal. Sementara bagi pengguna *Personal Computer* (PC) dan *notebook*, akses internet bisa diperoleh dengan memakai *modem*. Pengguna *notebook* juga bisa memanfaatkan jaringan *wifi* untuk akses internet. Saat ini, ruang publik seperti kafe, restoran, taman, stasiun dan terminal mulai menyediakan fasilitas *wifi* untuk umum.

*Trend* ini tidak hanya membawa dampak pada inovasi teknologi dan pertumbuhan pasar elektronik, tapi juga pada perkembangan bisnis media. Sejak awal tahun 2000an, media *online* banyak bermunculan. Menyuguhkan berita-berita terkini, keberadaan media *online* pelan-pelan menggeser eksistensi media cetak. Dulu, media cetak seperti koran, majalah dan tabloid menjadi acuan masyarakat

dalam mendapatkan informasi terkini tentang peristiwa yang terjadi di sekitar mereka maupun di dunia internasional. Kini, masyarakat lebih memilih mengakses media *online* untuk mengetahui berita maupun perkembangan terbaru. Media *online* turut mempermudah akses informasi itu dengan memanfaatkan sosial media seperti *twitter* dan *facebook* sebagai sarana menyebarkan berita terbaru yang sudah diunggah tim redaksi.

Fenomena *global village* itu dapat diamati pada beberapa realitas sebagai berikut. Hubungan virtual yang semakin meningkat dimana interaksi langsung tatap muka berubah menjadi interaksi virtual melalui internet. Ketika interaksi tatap muka menjadi kurang frekuensinya dilakukan oleh masyarakat, muncul mekanisme pasar untuk mengisi kekosongan ruang-ruang ini seperti bisnis kafe yang dilakukan oleh Starbuck. Fenomena *global village* juga didukung oleh semakin berkembangnya teknologi satelit dan GPS (*Global Positioning System*). Teknologi ini menyebabkan mudarnya disiplin ilmu yang berbasis pada geografis dan ruang material (*anthropology, sociology, geography*). Ilmu-ilmu tersebut didefinisikan kembali terutama berkaitan dengan terminologi globalisasi, postkolonialitas, transnational, diaspora, dan studi *indigenous people*.<sup>6</sup>

Beberapa kalangan beranggapan media cetak akan tetap eksis karena perasaan berbeda pasti timbul ketika seseorang membaca berita dengan koran yang bisa dipegang dibandingkan dengan membaca berita *online* lewat perangkat elektronik seperti telepon genggam, *laptop, tab, pad*, maupun *notebook*. Namun, hal ini masih bisa bergeser dengan perkembangan teknologi yang kian pesat. Awal tahun 2000-an,

---

<sup>6</sup>Cahyo Pamungkas, "Global Village Dan Globalisasi Dalam Kontes Ke-Indonesiaan", *Global Strategis*, vol. 9, no. 2 (Juli-Desember 2015), h. 251. <https://ejournal.unair.ac.id/JGS/article/view/6908> (1 September 2019).

orang masih kaku dan jarang menggunakan laptop atau *notebook*. Namun hal itu telah berubah, setiap orang sudah tidak asing lagi dengan *laptop* dan *notebook* bahkan kemunculan *tab* dan *pad* semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses internet yang malahan lebih praktis dibandingkan harus membawa koran kemana-mana.

Munculnya portal-portal berita *online* di Indonesia dipenghujung tahun 90-an dan awal tahun 2000, telah membuat sebagian kecil masyarakat mengakses berita melalui jaringan internet. Karena pada saat itu pengguna jasa internet di Indonesia masih sedikit. Selain munculnya portal-portal berita *online*, masyarakat juga kerap memanfaatkan media *blog* sebagai alternatif untuk mencari dan tempat untuk berbagi informasi. Saat ini arus informasi melalui internet sangat gencar dan menjadi salah satu batu sandungan bagi media cetak. Beberapa media cetak di Indonesia mulai berhenti cetak di tahun 2017 samapai 2019 seperti *Rolling Stone* Indonesia, Majalah HAI, *Cosmo Girl* Indonesia, *Esquire* Indonesia, *For Him Magazine* Indonesia (FHM), *Maxim* Indonesia, *Nylon* Indonesia, Majalah *Commando*, *High End Teen Magazine*, *Grazia* Indonesia, Tabloid BOLA dan Bola Vaganza, dan Tabloid *Cek & Ricek*.<sup>7</sup>

Persaingan media massa saat ini kian sengit. Media cetak, elektronik, *online* saling menampilkan informasi teraktual dan mendalam untuk menarik perhatian masyarakat. Akibatnya, muncul anggapan persaingan itu akan mematikan media cetak karena gencarnya pemberitaan media *online*. Media cetak dan *online* akan saling bersinergi dan tidak akan mematikan karena keduanya memiliki konsep yang

---

<sup>7</sup>“Rest In Print: Beberapa Media Indonesia Yang berhenti Cetak Di 2017-2019 (UPDATE LIST)”, *The Display*. <https://thedisplay.net/2018/01/03/media-cetak-indonesia-tutup-2017/> (1 September 2019).

berbeda dalam menyampaikan berita yang beragam dan kaya. Media cetak menyampaikan berita lebih kontekstual kepada pembacanya. Sedangkan media *online* menyampaikan berita secara cepat dan singkat. Pada era revolusi industri 4.0 ini perusahaan penerbit koran tidak bisa hanya mengandalkan satu media saja, misalnya hanya media cetak atau hanya media *online* saja. Selain itu, bisnis media cetak di era revolusi industri 4.0 ini menghadapi tantangan yang sangat besar. Tantangan-tantangan tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator, di antaranya:<sup>8</sup>

1. Harga bahan baku (kertas, tinta, film, dan lain-lain) melonjak sampai empat kali lipat, dibandingkan harga sebelumnya.
2. Kontribusi biaya kertas koran mencapai 40-45% dari komponen biaya produksi.
3. Akibat krisis ekonomi yang berkepanjangan, daya beli masyarakat terhadap koran, menjadi menurun. Penurunan daya beli koran ini terdiri diberbagai sastra, antara lain: Pertama, pembaca kelas atas, yang semula berlangganan dua sampai tiga koran, menyeleksi kembali langgananya dan hanya memilih berlangganan satu koran saja. Kedua, pembaca kelas menengah, memilih koran yang murah karena sadar akan penghematan pengeluaran. Ketiga, pembaca kelas bawah, meninggalkan langgananya, memilih beli koran eceran. Itu pun jika mereka merasa sangat perlu informasi dari media cetak dan tidak di peroleh dari media elektronika.
4. Menurunnya daya beli masyarakat ditambah dengan melonjaknya bahan baku koran, membuat biaya produksi tiap eksemplar koran atau majalah menjadi besar. Karena itu, hampir semua perbitan pers di akhir abad 20 ini melakukan

---

<sup>8</sup>Caroline Bunga Aini, “Kuliah 2: Manajemen Penerbitan Media Cetak”, *Wordpress Caroline Bunga Aini*. <https://carolinebunga.wordpress.com/2015/04/13/kuliah-2-manajemen-penerbitan-media-cetak/> (1 September 2019).

pengurangan produksi koran, pengurangan halaman, menaikkan harga koran, menaikkan harga iklan, dan pengurangan jumlah karyawan.

5. Bagi penerbitan pers berompol kecil bisa langsung menunda atau bahkan menutup penerbitannya. Tetapi bagi koran yang berompol besar, lebih sensitif karena terkait dengan eksistensi lembaga kemasyarakatannya.

Bisnis penerbitan pers di akhir abad 20 ini, menjadikan mereka merasa hidup tak hendak mati pun tak mau. Ini karena bisnis penerbitan pers, tidak mungkin ditutup begitu saja karena selain menyangkut kehidupan para karyawannya, juga terkait dengan upaya penyediaan informasi untuk mencerdaskan masyarakat.<sup>9</sup> Untuk mengatasi permasalahan tersebut, sebelum meluncurkan produksinya, perusahaan media cetak, baik yang baru tampil maupun yang sudah lama ada, harus memperhitungkan secara matang rumusan untung-rugi usahanya dan eksistensinya. Karena kemajuan teknologi informasi ini mengubah gaya hidup masyarakat yang sebelumnya mencari atau membaca sebuah informasi dari media cetak atau koran, saat ini telah dimudahkan dengan perkembangan teknologi yang pesat. Di Indonesia sendiri bisa dikatakan bahwa media cetak akan mati digantikan media *online*, namun perlu diketahui juga, bahwa media cetak akan terus hidup berdampingan dengan media *online*. Pada kenyataannya, tidak ada yang tahu sampai kapan eksistensi media cetak akan terus terjaga sementara media *online* terus berkembang di tengah semakin maraknya manusia-manusia yang melek akan teknologi informasi dilihat dari tingkat penggunaan *smartphone* yang tidak pandang status sosial.

Transisi dari media cetak ke arah media yang berbasis *online* atau yang biasa dikatakan media *online*, akan menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana peranan

---

<sup>9</sup>Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers* (Bandung: Remaja Rosdakaryah, 2004), h. 99.

dan eksistensi, media cetak di masyarakat. Tidak bisa dipungkiri bahwa teknologi memberikan kemudahan bagi masyarakat terutama dalam mendapatkan informasi. Lewat media *online*, semua informasi bisa didapatkan dalam waktu yang relatif mudah dan cepat. Hal ini juga yang membuat banyak media cetak mulai beralih ke media *online* seperti Tribun Timur yang kini telah hadir dalam bentuk *online* seperti Tribun Timur *E-Paper*, Tribun Timur media sosial, dan portal Tribun Timur yang bisa di akses melalui jaringan internet.

Media cetak pasti akan bangkrut bila terus-menerus mengandalkan penjualan cetak/ *hard copy*. Karena media cetak berlawanan arah dengan isu lingkungan yang semakin hari semakin menguat. Pembuatan kertas akan mengurangi luas hutan dan meningkatkan kerusakan lingkungan. Bahkan meski menggunakan 100% kertas daur ulang, proses produksi kertas tetap saja mencemari lingkungan. Sekarang media cetak mulai lenyap dari rumah tangga. Media cetak seperti koran hanya laku dijual di ruang tunggu perusahaan. Perusahaan media cetak lebih banyak menjual koran kepada korporasi untuk ditempatkan di ruang tunggu guna dibaca pelanggan. Lama-kelamaan, posisi koran akan tergeser oleh *wifi hotspot* di ruang tunggu. Penyebabnya sama, orang-orang lebih suka kebebasan dan mencari informasi apa yang dibutuhkannya dan internet memungkinkan itu, sementara koran tidak.

Media cetak memang akan tetap ada, akan tetapi tingkat persaingan yang begitu ketat. Industri media cetak harus berusaha untuk melakukan penetrasi pasar seluas mungkin dengan harapan dapat meningkatkan pangsa pasar dan iklan. Berbagai strategi pun dilakukan dalam bentuk adaptasi dan inovasi dengan kemajuan teknologi. Industri media cetak harus melakukan perubahan agar dapat tetap eksis ditengah-tengah perkembangan teknologi yang tumbuh begitu pesat. Koran harus

mampu mendefinisikan dirinya dari mediumnya. Koran tidak boleh konvensional dengan hanya sebuah kertas. Selain itu, perlu pula bagi media cetak untuk menyajikan diri sebagai media yang benar-benar bisa memenuhi kebutuhan masyarakat yang kini telah lebih “*mobile*” ditengah-tengah kehadiran media *online*. Kata *online* menunjuk pada akses jaringan internet. Dengan demikian dapat dipahami bahwa pengertian media *online* adalah saran komunikasi yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Jadi saat ini berita atau informasi dari media selain dapat dibaca langsung dalam versi cetak, juga dalam versi *online e-paper* dan portal yang dapat diakses oleh pembaca (*user*) melalui internet.

Tribun Timur *online* merupakan wujud dari inovasi yang dimaksud dalam penelitian ini. Media lokal ini pada awalnya tergolong dalam kategori *mainstream media* atau media konvensional seperti koran, majalah, radio dan televisi. Karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama penemuan internet, sehingga Tribun Timur yang dulu hadir dalam versi cetak saja kini bertransformasi menjadi media *online* melalui jaringan internet untuk kepentingan produksi dan publikasi beritanya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait judul “**Inovasi Tribun Timur Di Era Revolusi Industri 4.0**”.

## ***B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus***

### **1. Fokus Penelitian**

Berdasarkan fakta empiris, maka dibuatlah fokus penelitian yang dijadikan sebagai kerangka dasar dari masalah yang akan diteliti. Fokus penelitian ini dilakukan untuk menentukan masalah utama yang akan diteliti di lapangan, sehingga penulis tidak lari dari permasalahan yang difokuskan untuk diteliti. Adapun yang menjadi

fokus pada penelitian ini adalah adalah inovasi Tribun Timur di era revolusi industri 4.0 dengan menitik beratkan pada aspek manajemen media *online* Tribun Timur.

## 2. Deskripsi Fokus

Adapun deskripsi fokus penelitian ini antara lain:

### a. Inovasi

Inovasi merupakan ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh manusia atau unit adopsi lainnya.<sup>10</sup> Inovasi dalam penelitian ini adalah bentuk perkembangan Tribun Timur baik dari segi produksi di ruang redaksi (*newsroom*) maupun proses publikasi informasi dengan menggunakan perangkat teknologi informasi atau melalui jaringan internet. Adapun, yang penulis maksudkan inovasi disini terletak pada manajemennya.

### b. Tribun Timur

Tribun Timur merupakan wujud dari inovasi media yang dimaksud dalam penelitian ini. Tribun Timur sebagai media lokal ini pada awalnya tergolong dalam kategori *mainstream media* atau media konvensional seperti koran, radio dan televisi.

### c. Revolusi industri 4.0

Revolusi industri 4.0 merupakan perubahan dimana untuk memproduksi suatu berita, media memanfaatkan jaringan internet untuk kepentingan publikasi berita/informasi. Revolusi industri ini hadir untuk menjawab permasalahan efektifitas dan efisiensi dalam memproduksi suatu berita.

Dalam hal ini, penulis akan melihat dan meneliti bagaimana inovasi Tribun Timur dalam menghadapi tantangan era revolusi industri 4.0. Karena inovasi yang

---

<sup>10</sup>“Difusi Inovasi”, *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Difusi\\_inovasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Difusi_inovasi) (29 Januari 2020).



dilakukan Tribun Timur merupakan bagian dari cara media untuk bisa mendapat keuntungan dan menjaga eksistensinya. Teknologi informasi tidak hanya sebagai hambatan atau tantangan akan tetapi juga para konsumen informasi yang juga menentukan media apa yang akan dipilih.

### ***C. Rumusan Masalah***

Dari penjelasan sebelumnya telah memberikan gambaran bahwa pokok permasalahan dari penelitian ini adalah inovasi Tribun Timur di era revolusi industri

4.0. Adapun sub permasalahan penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana manajemen media *online* Tribun Timur?
2. Bagaimana peluang dan tantangan Tribun Timur?

### ***D. Penelitian Terdahulu***

Penelitian terdahulu dijadikan bahan referensi bagi peneliti, yang mana penelitian terdahulu tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan antara lain:

1. Penelitian terdahulu mengenai “Eksistensi Jurnalisme Di Era Media Sosial”. Penelitian tersebut merupakan jurnal yang ditulis oleh Dian Muhtadiyah Hamna, dosen ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar, jurnalisa volume 3 nomor 1 Mei 2017. Kesimpulan pada penelitian ini adalah jurnalisme di era media sosial adalah keniscayaan. Tanpa jurnalisme, informasi yang tersiar dalam ranah publik akan menjadi bias. Di era banjir informasi dan semua orang bisa mengklaim diri sebagai “jurnalis”, disinilah jurnalisme verifikasi dibutuhkan. Seberat apapun tantangan yang dihadapi termasuk perubahan teknologi yang menuntut kecepatan menyebarkan informasi, jurnalisme harus

tetap menjunjung tinggi dan mempraktikkan etika. Praktisi media mesti secara profesional juga memikirkan “bagaimana perubahan cara mengonsumsi berita” bagi warga. Kini, mereka tidak cukup hanya menyajikan berita tiap hari tentang subjek yang dianggap terpenting. Mereka mesti paham tujuan yang dimiliki masing-masing berita untuk *audiens*, pelayanan apa yang mesti disediakan atau pertanyaan apa yang mesti dijawab. Di balik visi jurnalisisme sebagai pelayan yang kian kompleks dan berkembang, ada teknologi baru yang sangat membantu pers dan perlu dikembangkan. Teknologi secara drastis memberi tanggung jawab dan kapasitas lebih bagi pencari berita. Internet tidak hanya menciptakan jurnalisisme baru, tetapi membuat jurnalisisme lebih baik yang menggali dan bersinggungan dengan publik lebih dalam. Dengan kata lain, jurnalisisme tidak menjadi usang. Ia hanya menjadi lebih rumit. Penelitian yang akan dilakukan tentu memiliki perbedaan-perbedaan dengan penelitian sebelumnya baik subjek maupun objek penelitiannya.

2. Penelitaian terdahulu mengenai “Strategi Konvergensi Media Cetak Ke Media *Online* (Studi Pada Perubahan *Platform The Student Globe*)”. Penelitian tersebut merupakan jurnal yang ditulis oleh Navia Izzati dari Universitas Bakrie. Kesimpulan pada penelitian ini adalah menunjukkan jika *The Student Globe* telah berhasil dalam melakukan konvergensi media. Konvergensi adalah penggabungan dari beberapa jenis media dan hadir dalam bentuk digital. Salah satu majalah yang melakukan konvergensi media dari media cetak berbentuk ke media *online* berbentuk *website* adalah *The Student Globe*. Penelitian ini adalah penelitian deksriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui strategi konvergensi media yang dilakukan oleh *The Student Globe* dalam mengubah

*platform* dari majalah ke *website*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan narasumber, observasi partisipasi, dan observasi dokumen.

3. Penelitian terdahulu mengenai “Strategi Transformasi Konvergensi Media (Studi Kasus *Grand Strategy* Harian Kompas)”. Penelitian tersebut merupakan tesis yang ditulis oleh Aritasius Sugiya dari Universitas Indonesia. Kesimpulan pada penelitian ini adalah *multimedia*, *multichannel*, *multiplatform* (3M) merupakan salah satu strategi transformasi konvergensi media disesuaikan dengan kemampuan berinvestasi, konteks kebutuhan, dan budaya, serta tidak terjebak dalam persoalan teknis semata. Konvergensi kontekstual dan *repackaging* menjadi model baru strategi transformasi konvergensi media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan menggunakan teknis analisis naratif dan tematik.

## **E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui manajemen media *online* Tribun Timur.
- b. Untuk mengetahui peluang dan tantangan Tribun Timur.

### **2. Kegunaan**

Penelitian ini akan bermanfaat secara teoritis dan praktis yaitu:

- a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu jurnalistik dalam konteks teori dan praktik, khususnya berkenaan dengan inovasi Tribun Timur melalui media *online*.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi pengelola industri media massa di tanah air, khususnya di Kota Makassar Sulawesi Selatan. Hal ini didasarkan pada realitas bahwa arus globalisasi di era revolusi industri 4.0 meniscayakan persaingan kapital, profesional, pelayanan, dan kualitas produk sehingga harus disikapi secara tepat dan inovatif oleh pengelol media massa.

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### ***A. Komunikasi dan Komunikasi Massa***

##### **1. Komunikasi**

Komunikasi merupakan bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Komunikasi sangat diperlukan untuk saling berbagi ataupun mencari sebuah informasi, membujuk ataupun mempengaruhi orang dan mampu memenuhi tujuan tujuan dari berbagai aspek kehidupan sosial. Kata komunikasi berasal dari “*communicare*” (bahasa latin) yang artinya memberitahukan. Ada beberapa pendapat para ahli yang mendalami masalah komunikasi adalah:

- a. Menurut pendapat *Cholin Cherry*, di dalam bukunya “*on human communication*” komunikasi adalah suatu proses dimana pihak-pihak peserta saling menggunakan informasi dengan tujuan untuk mencapai pengertian bersama yang lebih baik mengenai masalah yang penting bagi semua pihak yang bersangkutan.
- b. Menurut *Claude Shannon* dan *Warren Weaver*, dalam bukunya “*The Mathematical Theory Of Communication, 1941*” komunikasi digunakan dalam arti yang sangat luas. Di dalamnya tercakup semua jalan dengan mana satu pemikiran dapat mempengaruhi yang lain. Tentu saja ini tidak cuma terbatas pada bahasa tertulis dan lisan saja, tetapi juga mencakup musik, seni lukis, eater, sendratari. Pokoknya mencakup semua kelakuan manusia.
- c. *Wilbur Schramm* (Ashadi, 1987) menyatakan komunikasi sebagai suatu proses berbagi (*sharing process*), *Schramm* menguraikan demikian: “komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) Latin *communis* yang berti umum (*common*) atau bersama.

Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonness*) dengan seseorang. Yaitu kita berusaha berbagi informasi, ide atau sikap.<sup>11</sup>

Terjadinya sebuah komunikasi apabila seseorang mengalami kesamaan dalam menyampaikan pesan dan orang yang menerima pesan itu sendiri. Karena hal itulah, komunikasi sangat bergantung kepada keterampilan seseorang dalam memahami dan menyesuaikan dengan pihak yang menjadi lawan berkomunikasi. Pada awalnya, komunikasi digunakan untuk mengungkapkan kebutuhan organisasi termasuk media. Berkomunikasi untuk membagi pengetahuan dan pengalaman. Bentuk umum komunikasi manusia termasuk bahasa, sinyal, bicara, tulisan, gerakan, dan penyiaran. Komunikasi dapat berupa intraktif, transktif, bertujuan atau tak bertujuan.<sup>12</sup>

## **2. Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa atau khalayak luas, tidak terbatas pada masyarakat dalam suatu daerah akan tetapi telah melingkupi daerah dan negara di seluruh dunia. Komunikasi massa juga dapat di definisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, koran dan film. Komunikasi massa juga dapat disebut dengan komunikasi media, sebab komunikasi massa sangat memerlukan alat komunikasi media massa, baik yang sifatnya elektronik seperti televisi, radio dan film. Maupun yang sifatnya tertulis seperti koran, majalah dan

---

<sup>11</sup> Ating Tedjasutisna, *Etika Komunikasi* (Bandung: Armico, 1994), h. 12-13.

<sup>12</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 4.

buku.<sup>13</sup> Sebagaimana Nurudin Menjelaskan:

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa).<sup>14</sup>

Jadi dengan demikian komunikasi massa itu adalah komunikasi melalui media massa yang ditunjukkan kepada orang banyak dengan harapan pesan yang disampaikan melalui media massa tersebut dapat sampai secara serentak kepada orang banyak.

Ada satu definisi komunikasi massa yang dikemukakan Micheal W. Gamle dan Teri Kwal Gamble akan semakin memperjelas apa itu komunikasi massa. Menurut mereka sesuatu bisa didefinisikan sebagai Komunikasi Massa jika mencakup hal-hal sebagai berikut:<sup>15</sup>

- a. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modrn untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modrn pula antara lain srat kabar, majalah, televisi, film, atau gabungan di antara media tersebut
- b. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesan bermaksud mencoba berbagai pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui saatu sama lain. Anonimitas *audience* dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain. Bahkan pengirim dan penerima pesan tidak saling mengenal satu sama lain.

---

<sup>13</sup>Arifuddin Tike, *Dasar-Dasar Komunikasi: Suatu Studi dan Aplikasi* (Cet. 1; Yogyakarta: Kota Kembang. 2009), h. 43.

<sup>14</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Cet. 1; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h. 3-4.

<sup>15</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 8-9.

- c. Pesan adalah milik publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Karena itu, diartikan milik publik.
- d. Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang, tetapi lembaga. Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan, bukan organisasi suka rela atau nirlaba.
- e. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebar atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa. Ini berbeda dengan komunikasi antarpribadi, kelompok atau publik di mana yang mengontrol bukan sejumlah individu. Beberapa individu dalam komunikasi massa itu ikut berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor film, penjaga rubrik, dan lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gatekeeper*.
- f. Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya, dalam komunikasi antarpersona. Dalam komunikasi ini umpan balik berlangsung dilakukan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat koran tidak bisa langsung dilakukan alias tertunda (*delayed*).

Defenisi lain juga pernah dikemukakan oleh Josep A. Devito yakni:

*First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically*



*defined by its forms: television, radio, newspaper, magazines, films, books, and tapes.*<sup>16</sup>

Jika diterjemahkan, definisi A Josep A. Devito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian komunikasi massa, serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisinya dalam dua *item* Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, koran, majalah, film, buku dan pita).<sup>17</sup>

Komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang dan membutuhkan *gatekeeper*. John R. Bittner yang dikutip oleh Nurudin dalam buku Pengantar Komunikasi Massa bahwa:

“Individu-individu atau kelompok yang memantau arus informasi dalam saluran komunikasi (massa)”.<sup>18</sup>

Apabila maknanya diperluas, yang disebut *gatekeeper* adalah orang yang berperan penting dalam media massa seperti koran, majalah, televisi, radio, internet, video tape, *compact disk* dan buku. Mereka yang disebut sebagai *gatekeeper* adalah reporter, editor berita, bahkan editor film atau orang lain dalam media massa yang

---

<sup>16</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 11-12.

<sup>17</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 12.

<sup>18</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 119.

ikut menentukan arus informasi yang disebarkan. Selain itu, *gatekeeper* memiliki fungsi untuk menyiarkan informasi, membatasi informasi dan mengeditnya sebelum disebarkan, untuk memperluas kuantitas informasi dengan menambahkan fakta dan pandangan lain dan untuk menginterpretasikan informasi. Dengan demikian diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa dan melalui proses *gatekeeper*.

Pesan komunikasi massa berlansung satu arah dan tanggapan baliknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Akan tetapi, dengan perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar, misalnya melalui program interaktif. Selain itu, sifat penyebaran pesan melalui media massa berlansung cepat, serempak, dan luas.<sup>19</sup> Hal tersebut merupakan salah satu keunggulan media massa terutama elektronik yang dapat mempersingkat jarak dan waktu antara media dan khalayak. Selain itu, komunikasi massa memiliki karakteristik antara lain:

#### 1) Komunikasi Satu Arah

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antar personal satu arah (*interpersonal communication (one-way communication)*) dan dua arah (*two-way communication*), komunikasi massa berlangsung satu arah (*one way communication*). Ini berarti bahwa, tidak ada arus balik (*feedback*) dari komunikan kepada komunikator, dalam hal ini wartawan sebagai komunikator tidak akan menerima

---

<sup>19</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi Kedua. Cet. ke-13; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 41.

tanggapan atau pesan dari berita atau informasi yang dipublikasikan dan disiarkannya.

## 2) Melembaga

Sebagai saluran komunikasi, media massa merupakan suatu lembaga atau institusi atau organisasi, begitu halnya dengan komunikator melembaga atau *institutionalized communicator*.

## 3) Pesan Bersifat Umum

Pesan yang disampaikan mengenai hal-hal yang umum terjadi dalam masyarakat, karena komunikasi massa ditujukan untuk umum.

## 4) Menimbulkan Keserempakan (*Simultaneity*)

Keserempakan pada pesan yang disampaikan dan disebarluaskan kepada khalayak, baik isi maupun waktu dari pesan tersebut sama.

## 5) Heterogen

Sasaran yang dituju dalam proses komunikasi massa adalah khalayak atau masyarakat luas yang terpencar satu sama lain dan tidak saling mengenal, karena masing-masing berbeda mulai dari jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendapatan, pengalaman, kebudayaan, keinginan samapai cita-cita dan sebagainya.

## 6) Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan pemancar ini biasa digunakan tidak untuk media elektronik seperti televisi, radio dan internet. Peralatan teknis ini digunakan tidak lain agar proses pemancaran atau penyebaran pesannya bisa lebih cepat dan serentak kepada khalayak.

### 7) Dikontrol Oleh *Gatekeeper*

*Gatekeeper* atau sering disebut sebagai penapis informasi/ palang, pintu/ penjaga gawang, adalah orang yang sebagainya.<sup>20</sup>

Sulit dibayangkan masyarakat modern tanpa media massa seperti koran, majalah, buku, radio, televisi, dan film. Media massa memiliki arti yang bermacam-macam bagi masyarakat dan memiliki banyak fungsi, tergantung pada jenis sistem politik dan ekonomi dimana media itu berfungsi, tingkat perkembangan masyarakat, dan minat serta kebutuhan individu tertentu. Namun selain memiliki fungsi, media juga mempunyai banyak disfungsi, yakni konsekuensi yang tidak diinginkan masyarakat atau anggota masyarakat. Oleh karena itu, komunikasi massa dapat berfungsi sebagai berikut:

- a) Informasi; yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.
- b) Sosialisasi; yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
- c) Motivasi; yakni mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat, dengar lewat media massa.
- d) Bahan diskusi; menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.

---

<sup>20</sup>Dedy Nur Hidayat, *Pengantar Komunikasi Massa* (Cet. II; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h. 19.

- e) Pendidikan; yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik, menarik, dan mengesankan.
- f) Memajukan kebudayaan; media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, ataupun bahan tercetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara, serta mempertinggi kerja sama hubungan antarnegara.
- g) Hiburan; media massa telah menyita banyak waktu luang untuk semua golongan usia dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik, dan bunyi maupun gambar dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.
- h) Integrasi; banyak bangsa di dunia dewasa ini diguncang oleh kepentingan-kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkuat persatuan bangsa.<sup>21</sup>

Pada masa tertentu muncul sejumlah teori yang kurang lebih sama (*unifrom theory*). Teori-teori ini kemudian diringkaskan menjadi paradigma yang dinilai konsisten dengan seluruh fakta-fakta yang diketahui. Namun perkembangan masyarakat yang terjadi selalu memunculkan fakta baru, pemahaman, dan pengetahuan

---

<sup>21</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. 9; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), h.62-63.

manusia meningkat. Fakta-fakta baru yang sering mengakibatkan perubahan paradigma (*paradigm shift*), yaitu pemikiran kembali secara mendasar dan bahkan radikal mengenai apa yang kita percaya sebagai benar. Menurut Baran yang dikutip oleh Morissan dalam buku *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* bahwa:

“Teori komunikasi massa juga terbuka terhadap perubahan paradigma yang antara lain disebabkan kemajuan teknologi dan munculnya media baru”.<sup>22</sup>

Keadaan ini dapat mengubah situasi komunikasi massa secara fundamental. Dalam perkembangannya, perubahan paradigma telah menghasilkan beberapa tahapan atau perkembangan teori komunikasi massa. Komunikasi massa yang menggunakan media massa telah mengalami sejarah perkembangan yang sangat panjang. Secara singkat, sejarah perkembangan komunikasi massa dapat diuraikan dalam beberapa tahapan, yakni:

a) Era Penggunaan Isyarat dan Lambang

Era ini ditandai dengan interaksi manusia yang sangat sederhana. Lambang dan tanda yang digunakan dalam berkomunikasi sangat sederhana, misalnya melalui bunyi atau gerakan-gerakan tertentu. Pada era ini belum ada penggunaan bahasa. Komunikasi dilakukan dengan menggunakan gerakan tangan, volume suara, dan tandatanda lain.

b) Era Berbicara dan Penggunaan Bahasa

Era ini berlangsung sekitar 300.000 sampai dengan 200.000 SM yang merupakan cikal-bakal kemampuan manusia dalam berbicara dan berbahasa. Pada era ini mulai dilakukan ujaran yang masih sangat sederhana.

---

<sup>22</sup>Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (Cet. 1; Jakarta: Kencana, 2013), h. 503.

### c) Era Media Tulisan

Era ini berlangsung sekitar 5000 SM. Pada era ini mulai mengenal media tulisan, terutama di Cina, Mesir, Mesopotamia. Sistem komunikasi yang diterapkan masih sederhana. Volume pesan yang dipertukarkan teratur dalam jumlah tertentu. Pengaturan pesan relatif tetap dan dalam jumlah besar. Dalam sistem pengawasan sosial, komunikasi tulisan dimaksudkan untuk mencatat peraturan, pelanggaran peraturan, dan pemberian sanksi.

### d) Era Media Cetak

Mesin cetak diciptakan di Cina pada awal abad ke-15. Pada tahun 1455, terjadi penyempurnaan mesin cetak oleh Guttenberg di Jerman. Hal ini mendorong penemuan berikut, berupa pabrik kertas, mesin pemotong kertas, dan lain-lain. Dalam perkembangan berikutnya, muncul buku, majalah, telepon, telegraf, radio, koran, televisi, film, internet, VCD, DVD, dan seterusnya.<sup>23</sup>

## 3. Media Cetak

### a. Defenisi Media Cetak

Media cetak awalnya sering kali diidentikan dengan pers. Namun, karena pengertian pers sudah semakin luas, dimana televisi dan radio sekarang ini sudah dikategorikan sebagai pers juga, maka muncul pengertian pers dalam arti luas dan sempit. Dalam pengertian pers luas pers meliputi seluruh media massa, baik cetak maupun elektronik. Sedangkan dalam arti sempit, pers hanya meliputi media massa tercetak saja, salah satunya adalah koran. Kata media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata medium yang secara harfiah berarti perantara atau

---

<sup>23</sup>Abdul Khalik, *Komunikasi Massa* (Cet. I; Makassar: Alauddin University Press, 2013), h. 14.

pengantar. Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan dan minat serta perhatian. Media cetak merupakan suatu media yang bersifat statis dan mengutamakan pesan-pesan visual.

Pengertian media cetak bagi masyarakat masih dipahami secara sempit. Banyak orang beranggapan bahwa media cetak sama dengan pengertian koran atau majalah. Padahal jika diurai maknanya secara mendalam, media cetak tidak terbatas pada dua jenis media itu saja.

Secara harfiah pengertian media cetak bisa dirlkan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak yang disampaikan secara tertulis. Dari pengertian ini, kita bisa melihat bahwa media cetak adalah sebuah media yang di dalamnya berisi informasi yang di dalamnya terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu saja.

Media cetak ini merupakan saluran informasi bagi masyarakat, di samping media elektronik dan media *online*. Di tengah dinamika masyarakat yang demikian pesat, media cetak sudah di anggap tertinggal di antara dua pesaingnya yakni media elektronik dan media *online*. Meski demikian bukan berarti media cetak sudah tidak mampu meraih konsumen yang menantikan informasi yang di bawahnya.

Di Indonesia media cetak diklasifikasikan menjadi delapan bagian. Pengklasifikasiannya tersebut, didasarkan pada waktu terbit media itu sendiri. Hal ini sesuai dengan apa yang dikeluarkan oleh Dirjen Pembinaan Pers dan Grafika, tentang pembagian media cetak dan pengklasifikasiannya. Kedelapan jenis media cetak tersebut di antaranya adalah sebagai berikut:



- 1) Koran harian; ini adalah jenis media cetak yang terbit setiap hari, kecuali pada hari-hari tertentu, seperti pada hari libur nasional. Jenis media cetak ini masih dibagi lagi menjadi koran harian Nasional, koran harian Daerah, dan koran harian Lokal. Berita yang disampaikan adalah jenis berita *news* atau informasi terkini dan disampaikan dengan sistem straight news atau apa adanya.
- 2) Koran mingguan; jenis media cetak ini lebih banyak dikenal dengan sebutan tabloid. Biasanya berita yang diangkat adalah berita hiburan atau juga *in depth news* atau liputan mendalam. Tulisan dalam media ini lebih banyak bergaya feature atau deskriptif.
- 3) Majalah mingguan; jenis majalah ini terbit setiap hari minggu sekali. Berita yang diangkat adalah berita *in depth news* dengan jenis berita tentang peristiwa.
- 4) Majalah tengah bulanan; majalah ini terbit sebulan dua kali. Berita yang ditampilkan lebih bersifat informatif dan biasanya memuat tentang berita *life style* atau gaya hidup.
- 5) Majalah bulanan; majalah bulanan terbit sekali dalam sebulan. Jenis pemberitaan yang disampaikan biasanya termasuk investigatif atau berita yang didapat dari hasil penelitian.
- 6) Majalah dwibulanan; majalah ini terbit sekali dalam dua bulan. Informasi yang disampaikan dalam majalah ini biasanya terkait dengan laporan dari hasil aktivitas sesuatu. Misalnya, laporan neraca perusahaan atau juga majalah yang berisi laporan pandangan sebuah lembaga zakat.
- 7) Majalah tribulanan; majalah ini berkonsep hampir mirip dengan majalah dwibulanan. Yang membedakan hanya masalah waktu terbit yang dilakukan setiap tiga bulan sekali.

- 8) Buletin; media cetak ini biasanya dibuat untuk kalangan tertentu saja. Media ini biasanya hanya terdiri dari beberapa halaman, serta dibuat dengan konsep sederhana. Bulletin juga dibuat untuk kepentingan komersial. Jenis media cetak tersebut mempunyai berbagai macam bidangnya lagi. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, jenis media cetak ini dibagi lagi berdasarkan usia, isi informasi, dan bidangnya.

#### **4. Media Online**

Sekian tahun setelah internet muncul, maka dimulailah era media *online*. Internet yang kini mulai menjadi bagian primer dalam kehidupan manusia sudah tidak dapat dipisahkan lagi dalam kegiatan sehari-hari. Media *online* sangat erat kaitannya dengan internet, karena internet merupakan induk utama dari tersebarnya informasi-informasi berbasis *online* ini. Denis McQuail dalam *Mass Communication Theory* mendefinisikan internet sebagai sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image tersendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan, atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya *provider* dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet.<sup>24</sup>

Jurnalistik sangat erat kaitannya dengan istilah jurnanisme, jurnanisme sendiri berarti bidang disiplin dalam mengumpulkan, melaporkan, dan menganalisis data fakta atau informasi yang mengenai kejadian aktual kemudian melaporkannya ke khalayak. Orang yang mempraktekkan kegiatan jurnalistik disebut jurnalis atau

---

<sup>24</sup>Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 28-29.

wartawan. *Online* merupakan istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi yang dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet.

Oleh sebab itu jurnalisme *online* adalah perubahan baru dalam ilmu jurnalistik. Laporan jurnalistik dengan menggunakan teknologi internet maka disebut dengan media *online* yang menyajikan informasi cepat dan mudah diakses dimana saja, kapan saja. Media *online* merupakan media yang menggunakan internet, sepiantas lalu orang akan menilai media *online* merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya, media *online* menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan.<sup>25</sup>

Media *online* adalah media massa yang dapat kita temukan di internet. Sebagai media massa, media *online* juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Internet sebagai media *online* ialah sebagai media baru, internet memiliki beberapa karakteristik, seperti media yang berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, potensi interaktif, berfungsi secara *privat* dan publik, memiliki aturan yang rendah, dan berhubungan. Internet juga menciptakan pintu gerbang baru bagi organisasi yang dapat di akses secara global dari berbagai penjuru dunia. Karakteristik interaktif dari internet dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan jika *Web* digunakan dengan benar.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup>Akbar. Ali S.T, *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web* (Bandung: Penerbit M2S, 2005), h. 13.

<sup>26</sup>Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik* (Jakarta: Grasindo, 2002), h. 101.

## 5. Berita

### a. Berita

Dean M. Lyle Spencer dalam bukunya yang berjudul *News Writings* yang kemudian dikutip oleh George Fox Mott (*New Survey Journalism*) menyatakan bahwa:

“Berita dapat didefinisikan sebagai setiap fakta yang akurat atau suatu ide yang dapat menarik perhatian bagi sejumlah besar pembaca”.

Sedangkan Mitchel V. Charnley dalam bukunya *Reporting* edisi III (Holt-Reinhart & Winston, New York, 1975:

Berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas.<sup>27</sup>

Williard C. Bleyer dalam *Newspaper Writing and Editing* menulis:

Berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar karena menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar atau karena dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut.<sup>28</sup>

Ada pula sebuah pernyataan sederhana, yaitu: sebuah berita sudah pasti sebuah informasi, tetapi sebuah informasi belum tentu sebuah berita. Hal itu karena informasi baru dapat dikatakan berita apabila informasi itu memiliki unsur-unsur yang mempunyai nilai berita atau nilai jurnalistik dan disebarluaskan kepada khalayak.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup>Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 2.

<sup>28</sup>A.S. Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional* (Bandung: PT Simbiosis Rekatama Media, 2006), h. 64.

<sup>29</sup>Jani Yosef, *To Be Journalist: Menjadi Jurnalis TV, Radio, dan Surat Kabar Yang Profesional* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 22.

Banyak para ahli lainnya yang mendefinisikan sebuah berita dengan beragam pendapat. Dari sekian macam pengertian itu, belum ada satupun definisi mengenai berita yang dapat dijadikan patokan secara mutlak. Namun, sebagai pegangan, pengertian berita dapat dikemukakan seperti berikut: Berita ialah laporan terkini tentang fakta atau pendapat atau ide terbaru yang aktual, benar, penting atau menarik bagi khalayak dan disebar luaskan melalui media massa periodik seperti koran, televisi, radio, maupun media *online* atau internet. Sebagaimana firman Allah swt., dalam QS. Al-Hujurat/49: 6.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.<sup>30</sup>

Ayat di atas menjelaskan kepada orang Islam agar berhati-hati dalam menerima berita dan informasi, sebab informasi sangat menentukan mekanisme pengambilan keputusan, dan bahkan identitas keputusan itu sendiri. Dengan demikian informasi memiliki kekuatan, baik yang membangun maupun merusak. Proses informasi ini telah meningkatkan ilmu pengetahuan yang menghasilkan perkembangan dalam sistem teknologi.

Berita penting bagi media massa, menurut Aubrey Fisher dalam bukunya Teori-Teori Komunikasi Massa menyatakan bahwa:

Kata putus berita merupakan pengetahuan yang sakral kemampuan rahasia para wartawan, membedakannya dengan orang lain. Berita menyediakan komponen yang menonjolkan atau membedakan suatu media dengan jenis media lainnya.

---

<sup>30</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta; Intermasa, 1993), h.516.

Lembaga media mungkin ada tanpa berita dan berita tidak mungkin ada tanpa media massa, karena tidak sama halnya dengan hampir semua bentuk kepenulisan lainnya. Pembuatan berita bukanlah sesuatu yang dapat dilakukan secara privat atau secara individual.<sup>31</sup>

Pendapat Aubrey Fisher di atas, selain mempertegas tentang pentingnya berita, juga memperlihatkan hubungan yang cukup erat antara media massa dengan berita itu sendiri.

#### b. Jenis-Jenis Berita

Jenis berita berdasarkan jenis peristiwa dan penggalan data antara lain:

##### 1) *Hard News* (Berita Berat)

Berita berat artinya berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok, maupun organisasi. Berita tersebut misalnya mengenai mulai diberlakukannya suatu kebijakan atau peraturan baru pemerintah.

##### 2) *Soft News* (Berita Ringan)

Berita ringan seringkali disebut dengan feature, yaitu berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya. Berita-berita semacam ini seringkali menitikberatkan pada hal-hal yang dapat menakjubkan dan mengherankan pemirsa. Misalnya tentang lahirnya hewan langka di kebun binatang atau masyarakat kecil yang mendapatkan undian milyaran rupiah.

##### 3) *Investigative Reports* (Laporan Penyelidikan Atau Investigasi)

Laporan penyelidikan atau investigasi adalah jenis berita yang eksklusif. Datanya tidak bisa diperoleh di permukaan, tetapi harus dilakukan berdasarkan

---

<sup>31</sup>Aubrey Fisher, *Teori-Teori Komunikasi Massa* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1986), h. 83.

penyelidikan. Penyajian berita ini membutuhkan waktu lama dan tentu akan menghabiskan energi reporternya.<sup>32</sup>

Jenis berita berdasarkan sifat kejadiannya antara lain:

1) Berita Diduga

Berita diduga artinya peristiwa yang direncanakan atau sudah diketahui sebelumnya, seperti lokal karya, pemilihan umum, peringatan hari-hari bersejarah.

2) Berita Tak Terduga

Berita tak terduga artinya peristiwa yang sifatnya tiba-tiba, tidak direncanakan, dan tidak diketahui sebelumnya, seperti kereta api terguling, gedung perkantoran terbakar, bus tabrakan, kapaltenggelam, pesawat dibajak, anak-anak sekolah disandera, atau terjadi ledakan bom di pusat keramaian.<sup>33</sup>

Jenis berita berdasarkan lokasi kejadian antara lain:

1) Berita Yang Terjadi Di Tempat Tertutup (*Indoor News*)

Berita tentang sidang kabinet, seminar, pengadilan, berlangsung di tempat tertutup. Berita jenis ini umumnya masuk kategori berita ringan (*soft news*), karena berita tersebut tidak sampai mengguncangkan perhatian serta tidak menimbulkan dampak yang luas terhadap masyarakat.

2) Berita Yang Terjadi Di Tempat Terbuka (*Outdoor News*)

Berita tentang kerusuhan, bencana alam, peperangan, terjadi di tempat terbuka. Berita jenis ini umumnya masuk kategori berita berat (*hard news*).<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup>Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional*, h. 40-42.

<sup>33</sup>A.S. Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, h. 66.

<sup>34</sup>A.S. Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, h. 66-67.

Jenis berita berdasarkan isinya antara lain:

Ditinjau dari segi cakupan isinya, berita terdiri dari berita politik, ekonomi, kebudayaan, pendidikan, hukum, seni, agama, kejahatan, olahraga, militer, laporan ilmu pengetahuan, dan teknologi, dan sebagainya.<sup>35</sup>

#### c. Nilai Berita

Nilai pada berita adalah kriteria umum yang dapat dijadikan acuan oleh para jurnalis untuk memilih dan memutuskan berbagai fakta yang dianggap pantas dijadikan berita dan mana yang lebih baik untuk diangkat. Dengan kriteria umum nilai berita, reporter dapat dengan mudah dalam mendeteksi dan menentukan peristiwa mana saja yang harus diliput dan dilaporkan. Begitu juga untuk editor, kriteria umum nilai berita membantu editor untuk mempertimbangkan, memilih dan memutuskan berita terbaik dan terpenting untuk dipublikasikan pada khalayak lewat media massanya.

Kriteria umum nilai berita, menurut Brian S. Brooks, George Kennedy, Darly R. Moen, dan Don Ranly menunjuk pada Sembilan hal. Menurut pakar lain terdapat dua hal lain yang juga termasuk kriteria umum nilai berita. Jadi, terdapat 11 nilai berita secara umum, yaitu:<sup>36</sup>

##### 1) Keluarbiasaan (*Unusualness*) *News Is Unusualness*

Berita adalah sesuatu yang luar biasa. Dalam pandangan jurnalistik, berita merupakan suatu peristiwa yang luar biasa. Semakin besar suatu peristiwa, semakin besar pula nilai berita yang ditimbulkannya.

---

<sup>35</sup>Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru* (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005), h. 56.

<sup>36</sup>A.S. Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, h. 81-91.



## 2) Kebaruan (*Newness*) *News Is New*

Berita adalah semua yang terbaru. Semua hal yang baru apapun namanya, pasti memiliki nilai berita.

## 3) Akibat (*Impact*) *News Has Impact*

Berita adalah sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat. Semakin besar dampak sosial budaya ekonomi atau politik yang ditimbulkannya, maka semakin besar nilai berita yang dikandungnya.

## 4) Aktual (*Timeliness*) *News Is Timeliness*

Berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Aktual berarti menunjuk pada peristiwa yang baru atau yang sedang terjadi. Media massa harus memuat atau menyiarkan berita-berita aktual yang sangat dibutuhkan masyarakat.

## 5) Kedekatan (*Proximity*) *News Is Nearby*

Suatu pernyataan atau pendapat yang terjadi di dekat khalayak, baik dekat secara geografis maupun dekat secara emosional dapat menarik perhatian penonton, pendengar, dan pembaca.<sup>37</sup>

## 6) Informasi (*Information*) *News Is Information*

Berita adalah informasi. Menurut Wilbur Schramm, informasi adalah segala yang bisa menghilangkan ketidakpastian.

## 7) Konflik (*Conflict*) *News Is Conflict*

Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsure atau sarat dengan dimensi pertentangan.

---

<sup>37</sup>Jani Yosef, *To Be Journalist: Menjadi Jurnalis TV, Radio, dan Surat Kabar Yang Profesional*, h. 30.

8) Orang Penting (*Public Figure, News Maker*) *News Is About People*

Berita adalah tentang orang-orang penting, ternama, pesohor, selebriti, figur publik. Orang-orang penting, terkemuka, dimanapun selalu dibuat berita.

9) Kejutan (*Surprising*) *News Is Surprising*

Kejutan adalah sesuatu yang datanganya tiba-tiba, di luar dugaan, tidak direncanakan, di luar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya.

10) Ketertarikan Manusiawi (*Human Interest*) *News Is Interesting*

Kadang-kadang suatu peristiwa tidak menimbulkan efek berarti pada seseorang atau masyarakat, tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan, dan alam perasaannya.

11) Seks (*Sex*) *News Is Sex*

Berita adalah seks, seks adalah berita. Sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan perempuan pasti menarik dan menjadi sumber berita.

## **B. Manajemen Media Online**

Saat ini internet telah merubah ruang berita. Berita-berita lebih mudah didapat, lebih cepat, dan penyebarannya lebih luas. Pada era media *online* sekarang ini memaksa jurnanisme untuk selalu *update* terhadap informasi sesuai dengan reportasenya. Sehingga jurnanisme memiliki kebebasan dalam meng-upload berita tanpa terbatas oleh waktu. Hadirnya media *online* membuat jurnanisme memiliki konsekuensi adalah berkurangnya fungsi editor dari sebuah lembaga pers yang mekanisme kerjanya membutuhkan waktu yang relatif panjang. Karena dalam media *online* kecepatan penyampaian sebuah berita sangatlah berpengaruh. Sehingga

manajemen yang ada juga berbeda dengan manajemen media *online*. Menurut Siregar yang dikutip oleh James Stoner dan kawan-kawan dalam buku Manajemen menyatakan bahwa Manajemen media merupakan bagian dari manajemen komunikasi dan bagian dari studi media yang definisinya sebagai berikut:

Managemen media dipahami sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial maupun sosial, media sebagai institusi komersial maupun institusi sosial.<sup>38</sup>

Manajemen media yang dijalankan oleh media *online* tentu memiliki karakteristik berbeda dengan media konvensional, seperti media yang berbasis cetak. Kehadiran internet dan kemajuan teknologi membuat orang bisa mengakses informasi di mana saja secara cepat dan lengkap sesuai kebutuhan dengan teknologi *mobile*. Pada pengelolaan media dilakukan manajemen media *online* sebaik mungkin karena setiap perusahaan media *online*, baik media lokal maupun media nasional, memiliki sistem kerja yang terangkum dalam proses manajemen persnya masing-masing.

Manajemen media *online* menerapkan visi dan misi yang meliputi bagaimana menentukan sifat dan ruang lingkup tugas yang hendak dilaksanakan, bagaimana manajemen memilih dan menentukan segmentasi dari pengunjung media *online*, bagaimana manajemen mempersiapkan rencana tindakan, bagaimana manajemen membangun pengawasan terhadap kinerja bawahannya dilapangan, dan bagaimana manajemen menjalin komunikasi dengan bawahannya. Keberhasilan sebuah media *online* tidak lepas dari penerapan fungsi manajemen. Sampai sejauh ini, fungsi-fungsi manajemen atau disebut juga unsur-unsur manajemen belum

---

<sup>38</sup>James Stoner, dkk, *Manajemen* (Edisi Indonesia; Jakarta: PT. Prenhallindo, 1995), h. 11-12.

disepakati oleh para praktisi maupun para teoretikus, sehingga menimbulkan banyak pendapat dari para penulis.<sup>39</sup> Pada penelitian ini, penulis menganalisa manajemen redaksi Tribun Timur menggunakan teori fungsi manajemen sebagaimana diungkapkan George R. Terry yang dikutip oleh Sukarna dalam buku Dasar-Dasar Manajemen, yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*. Ada pun perinciannya sebagai berikut:<sup>40</sup>

#### 1. Fungsi Perencanaan (*Planning*)

Tahap awal dalam melakukan sebuah kegiatan ialah perencanaan. Perencanaan adalah pemilihan serangkaian kegiatan dan keputusan selanjutnya apa yang dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa.<sup>41</sup> Dapat dikatakan bahwa perencanaan adalah sebuah kegiatan yang mencakup semua kegiatan yang dimulai dari pembahasan ide (gagasan) awal sampai dengan pelaksanaan proses pencarian berita. Fungsi perencanaan dari sebuah media *online*, harus mengedepankan visi dan misi yang diusung oleh media *online* tersebut. Hal ini menjadi penting dikarenakan sebuah media *online* yang ada harus bisa mempertahankan eksistensinya ditengah-tengah persaingan media-media *online* yang ada. Bagaiman cara mempertahankan eksistensi tersebut, tergantung pada bagaimana media *online* tetap pada *track* atau jalan yang telah ditentukan. Dalam kaitannya dengan *website* media *online*, dapat terus menyediakan berita atau informasi sesuai dengan tujuan awal berdirinya media *online* ini. Kemudian penerapan dari fungsi perencanaan dari media berita adalah tahapan perencanaan penentuan kebijakan isi pemberitaan dan membahas berita-

---

<sup>39</sup>Usman Effendi, *Asas Manajemen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 18.

<sup>40</sup>Sukarna, *Dasar-Dasar Manajemen* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2011), h. 10.

<sup>41</sup>Usman Effendi, *Asas Manajemen*, h. 79.

berita yang perlu ditindak lanjuti. Selanjutnya fungsi perencanaan, sebagaimana telah diurai pada bagian sebelumnya, merupakan kegiatan yang dimulai dari pembahasan ide (gagasan) awal sampai dengan pelaksanaan proses pencarian berita.

*Planning* yang efektif didasarkan pada fakta dan informasi, bukan atas dasar emosi atau keinginan. Seorang Manajer yang baik adalah Manajer yang tidak mendahulukan egonya. Ia senantiasa memutuskan sesuatu berdasarkan kebutuhan organisasi agar kerja organisasi bisa mencapai tujuannya. Seorang perencana harus mampu menggambarkan pola kegiatan yang diusulkan itu secara jelas dan gamblang. Dengan *planning*, para Manajer berusaha untuk melihat ke depan, memperhitungkan kemungkinan-kemungkinan, menyiapkan alat-alat darurat, menjabarkan kegiatan dan membuat urutan prioritas untuk mencapai sasaran.<sup>42</sup> Ada beberapa tindakan yang harus dilalui dalam tingkatan proses perencanaan adalah sebagai berikut:

- a. Menetapkan tugas dan tujuan, yaitu memberikan tugas yang akan dilaksanakan serta menjelaskan tujuan tugas tersebut. Pada titik ini, seorang Manajer atau pemimpin redaksi harus mampu menjelaskan kepada anggotanya mengenai tugas peliputan, pemuatan tulisan dan lain sebagainya disesuaikan dengan ideologi media.
- b. Mengobservasi dan menganalisis, yaitu mengobservasi faktor yang mempermudah untuk mencapai tujuan. Dalam tahap ini, segala kelemahan, kekurangan, dan hambatan diidentifikasi untuk mengukur sejauh mana media tersebut mampu mencapai tujuannya.

---

<sup>42</sup>George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, terj. J. Smith D.F.M, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012) h. 47.

- c. Mengidentifikasi alternatif, yaitu saat perencanaan tidak berjalan sebagaimana mestinya, Manajer harus mampu memberikan tawaran alternatif.
- d. Membuat sintesis, yaitu beberapa tawaran alternatif tidak mungkin dipilih salah satu saja. Sebab alternatif mengandung sisi positif dan negatif. Pada tahap ini, pembuat rencana harus membuat berbagai kemungkinan, misalnya dengan menggabungkan beberapa alternatif.<sup>43</sup>

Aspek *timing* di dalam perencanaan juga penting terhadap media *online*. Ada waktu-waktu tertentu yang ditetapkan untuk melaksanakan suatu kegiatan. Dengan menentukan waktu pelaksanaan, hal ini mempermudah organisasi mencapai tujuannya. Misalnya dalam melakukan liputan, sebaiknya diberikan tenggat waktu agar tidak menumpuk dengan liputan lainnya.

## 2. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)

Kemudian yang kedua adalah fungsi pengorganisasian (*organizing*), yaitu para Manajer itu mengkoordinir sumber daya manusia dan sumber daya bahan yang dimiliki organisasi. Sejauh mana efektifnya suatu organisasi tergantung pada kemampuannya untuk mengarahkan sumber daya yang ada dalam mencapai tujuannya. Tentu saja, dengan makin terpadu dan makin terarahnya pekerjaan akan menghasilkan makin efektifnya organisasi. Mendapatkan koordinasi yang sedemikian itu adalah salah satu tugas Manajer. Hal ini berkaitan dengan bagaimana struktur manajemen beserta tugas pokok dan fungsinya. Media *online* memiliki struktur organisasi yaitu; Pimpinan Redaksi yang tugasnya mengawasi kinerja media; dewan redaksi yang bertugas menentukan arah kebijakan secara bermusyawarah; videografi bertugas dalam pembuatan video; foto konten kreator

---

<sup>43</sup>Usman Effendi, *Asas Manajemen*, h. 82.

bertugas dalam editing gambar; dan fotografer memiliki tugas dalam mengumpulkan foto. Untuk pembagian anggota yang mengisi posisi redaksi dalam struktur di dalam media *online* ini dapat dijabarkan terdiri dari reporter/ fotografer berjumlah tiga orang, dewan redaksi berjumlah empat orang, konten kreator berjumlah dua orang.

Setelah rencana-rencana disusun, maka tugas Manajer selanjutnya adalah mengorganisasi sumber-sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. tahap ini disebut dengan pengorganisasian (*organizing*). Pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimilikinya, dan lingkungan yang melingkupinya.<sup>44</sup> Apabila pengorganisasian dilaksanakan dengan baik maka dia akan dapat, anata lain:

- a. Menjelaskan siapa yang akan melakukan apa.
- b. Menjelaskan siapa yang memimpin siapa.
- c. Menjelaskan saluran-saluran komunikasi.
- d. Memusatkan sumber-sumber daya terhadap sasaran-sasaran.<sup>45</sup>

Dalam menjalankan fungsi pengorganisasian ini, seorang Manajer atau pemimpin redaksi memiliki keleluasaan untuk membentuk divisi-divisi sesuai dengan kebutuhan medianya. Tidak ada patokan khusus untuk membentuk divisi-divisi dalam organisasi atau media. Namun dalam menyusun sebuah organisasi media sebaiknya disesuaikan dengan tingkat kebutuhan media tersebut. Kebutuhan media *online* tentu berbeda dengan media cetak. Apalagi jika dikelola oleh sebuah komunitas dengan jumlah yang terbatas. Efektivitas dan efisiensi menjadi hal yang

---

<sup>44</sup>Usman Effendi, *Asas Manajemen*, h. 127.

<sup>45</sup>Winardi, *Asas-asas Manajemen* (Jakarta: Mandar Maju, 2010), h. 376.

vital dalam menyusun sebuah organisasi media.

Kebutuhan ini didasarkan pada kenyataan perbedaan proses produksi media lama dengan media baru (*online*). Pada media lama, setelah informasi diolah dan ditulis, kemudian memasuki proses pra-cetak, lalu dilakukan percetakan dan akhirnya distribusi. Hal tersebut berbeda dengan proses media *online* yang tidak memerlukan proses pracetak dan cetak.<sup>46</sup>

Berikut ini alur proses produksi media lama dan media baru:<sup>47</sup>

Alur produksi media lama:



Alur produksi media baru:



**Gambar 1: Alur Produksi Media**

### 3. Fungsi Pengarahan (*Actuating*)

Pengarahan adalah fungsi manajemen yang berkaitan dengan kegiatan melakukan pengarahan-pengarahan, tugas-tugas, dan instruksi.<sup>48</sup> Selanjutnya fungsi pengarahan (*actuating*) menunjukkan bagaimana para Manajer mengarahkan dan mempengaruhi bawahannya, menggunakan orang lain untuk melaksanakan tugas tertentu, dengan menciptakan suasana yang tepat, mereka membantu bawahannya bekerja sebaik mungkin. Pada tahap pelaksanaan inilah kemudian setiap perencanaan yang telah di buat akan diaplikasikan ke dalam kegiatan yang sesungguhnya. Setiap teori yang telah dirancang harus dipraktekkan dalam bentuk nyata sebuah

<sup>46</sup>Yosal Iriantara, *Manajemen Media Massa* (Edisi Kedua. Jakarta: Universitas Terbuka, 2014), h. 8.31.

<sup>47</sup>Yosal Iriantara, *Manajemen Media Massa*, h. 8.31-8.32.

<sup>48</sup>Zulkifly Amsyah, MLS., *Manajemen Sistem Informasi* (Jakarta: Gramedia, 2005), h. 65.



pelaksanaan kegiatan yang terorganisir hingga tahap akhir guna meraih tujuan yang diharapkan tentunya. Sedangkan untuk penempatan bagian pada reporter, media *online* tidak memiliki standartisasi latar belakang harus seorang jurnalis.

Pada dasarnya, fungsi pengarahan bagi Manajer adalah untuk menjelaskan kepada anggotanya apa yang harus mereka lakukan dan membantunya untuk melakukan yang terbaik sesuai kemampuannya. Hal ini mencakup tiga sub-fungsi, yaitu komunikasi, kepemimpinan dan motivasi.<sup>49</sup> Dalam menjalankan fungsi ini, seorang Manajer atau pemimpin redaksi mengarahkan anggotanya untuk melakukan apa yang diinginkan dan apa yang harus anggota tersebut lakukan.<sup>50</sup> Suatu keterampilan utama yang diharapkan dari seorang Manajer ialah kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif. Keterampilan untuk memberlakukan kebijaksanaan, mengusahakan supaya instruksi-instruksinya dapat dipahami dengan jelas dan menyempurnakan pelaksanaan kerja tergantung dari komunikasi yang efektif.<sup>51</sup> Tanpa komunikasi yang efektif, seorang Manajer akan kesulitan untuk mengomunikasikan perintah kepada para bawahannya.

George R. Terry mengungkapkan beberapa hal yang dapat membantu komunikasi menjadi efektif, di antaranya ialah:

- a. Mengetahui sepenuhnya hal-hal yang ingin dikomunikasikan.
- b. Berkomunikasi secukupnya.
- c. Menyadari bahwa komunikasi dapat diubah distribusinya.

---

<sup>49</sup>P.C. Tripathi & P.N. Reddy, *Principles of Management* (New Delhi, Tata Mc-Graw Hill), h. 4.

<sup>50</sup>Hetty Ismainar, *Administrasi Kesehatan Masyarakat* (Yogyakarta, Deepublish: 2013), h. 34.

<sup>51</sup>George R. Terry, *terj. J. Smith, Prinsip-prinsip Manajemen*, h. 144.

- d. Gunakan simbol-simbol dan alat visual yang memadai.<sup>52</sup>

Kepemimpinan merupakan suatu ilmu yang mengkaji secara komprehensif tentang bagaimana mengarahkan, mempengaruhi, dan mengawasi orang lain untuk mengerjakan tugas sesuai dengan perintah yang direncanakan. Sementara definisi kepemimpinan sangat beragam di antaranya ialah pendapat yang disampaikan oleh Richard L. Daft, bahwa:

“Kepemimpinan adalah kemampuan mempengaruhi orang yang mengarah pada pencapaian tujuan”.<sup>53</sup>

Dalam mencapai tujuan tersebut, seorang pemimpin memiliki ciri-ciri yang diklasifikasikan menjadi delapan oleh George R. Terry antara lain:

- a. *Energi*: mempunyai kekuatan mental dan fisik
- b. *Stabilitas emosi*: seorang pemimpin tidak boleh berprasangka jelek terhadap bawahannya.
- c. *Human relationship*: mempunyai pengetahuan tentang hubungan manusia.
- d. *Personal motivation*: keinginan untuk menjadi pemimpin harus besar, dan dapat memotivasi diri sendiri.
- e. *Communication skill*: mempunyai kecakapan untuk berkomunikasi.
- f. *Teaching skill*: mempunyai kecakapan untuk mengajarkan, menjelaskan dan mengembangkan bawahannya.
- g. *Social skill*: mempunyai keahlian di bidang sosial, supaya terjamin kepercayaan dan kesetiaan bawahannya.
- h. *Technical competent*: mempunyai kecakapan menganalisis, merencanakan, mengorganisasi, mendelegasikan wewenang, mengambil keputusan, dan mampu

---

<sup>52</sup>George R. Terry, *terj. J. Smith, Prinsip-prinsip Manajemen*, h. 149-150.

<sup>53</sup>Irham Fahmi, *Manajemen, Teori, Kasus, dan Solusi* (Bandung, Alfabeta: 2012), h. 57.

menyusun konsep.<sup>54</sup>

Sedangkan motivasi ialah aktivitas perilaku yang bekerja dalam usaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan. Santoso Suroso mendefinisikan motivasi sebagai suatu set atau kumpulan perilaku yang memberikan landasan bagi seseorang untuk bertindak dalam suatu cara yang diarahkan kepada tujuan spesifik tertentu.<sup>55</sup>

Motivasi berkaitan dengan kebutuhan. Untuk mencapai keadaan termotivasi, maka kita harus mempunyai kebutuhan tertentu, yang harus dipenuhi. Dalam fungsi ini, seorang Manajer harus mampu memberi apa yang dibutuhkan oleh bawahannya.

#### 4. Fungsi Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan (*controlling*) berarti para Manajer berusaha untuk meyakinkan bahwa media *online* bergerak dalam arah tujuan. Apabila salah satu bagian dari media *online* menuju arah yang salah, para Manajer berusaha untuk mencari sebabnya dan kemudian mengarahkannya kembali ke tujuan yang benar. Sejalan dengan teori tersebut, media *online* juga melakukan evaluasi dalam setiap kegiatan. Selain itu juga, anggota media *online* juga mempunyai grup *whatsapp* untuk digunakan sebagai tempat berkomunikasi bagi para anggotanya. Persiapan suatu standar kualitas dan kuantitas hasil kerja, pelaksanaan tugas setiap bagian kerja, menyeleksi produk, produktivitas kinerja anggota, agar tercipta kesan yang positif. Dalam hal ini, penulis akan melihat bagaimana manajemen media *online* bisa mengelola situsnya agar terus berjalan setiap hari dengan pengawasan yang telah ditetapkan. Seorang manajer digital harus memastikan bahwa segala sesuatu terjadi sesuai dengan rencana yang

---

<sup>54</sup>Irham Fahmi, *Manajemen, Teori, Kasus, dan Solusi*, h. 61.

<sup>55</sup>Irham Fahmi, *Manajemen, Teori, Kasus, dan Solusi*, h. 143.

telah ditentukan. Ketika organisasi sudah bergerak menuju tujuannya, Manajer harus memonitor kemajuan untuk memastikan bahwa organisasi tersebut berkinerja sesuai rencana sehingga menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang telah ditentukan.

Dalam media *online* bentuk penyajian berita pada umumnya menggunakan teks, gambar, audio, dan visual. Konsekuensinya, model-model jurnalisme via internet dan teknologi seluler yang mengusung kecanggihan teknologi ini juga membawa pengaruh bagi praktik kerja jurnalisme mainstream (cetak, radio, dan televisi). Misalnya salah satu bentuk media *online*, yakni situs berita. Sebuah situs berita dirancang untuk diakses secara gratis oleh pembaca. Tidak seperti media massa konvensional sebelumnya yang memiliki bentuk fisik media, media *online* terdiri atas halaman-halaman *website* di dalamnya. Distribusi produk media *online* lebih kepada distribusi informasi dengan cara akses terhadap situs media *online* yang bersangkutan lewat jaringan internet.

Selain itu, adapun klasifikasi manajemen media *online* antara lain:

1. Desain Media *Online*

Bagian desain (*web design*) bertanggung jawab atas tampilan *website*. Desain media *online* hendaknya ringan (*fast loading*), bersih (*clean*), ramah pengguna (*user friendly*), ramah seluler (*mobile friendly*) atau *responsive*, dan ramah mesin pencari (*SEO friendly*). Bagian desain ini bisa hanya satu orang, yakni seorang *Web Designer* atau *Web Developer*. Bagian desain ini pula bertanggung jawab atas SEO *website*. Di media konvensional (cetak), bagian desain ini adalah divisi penerbitan atau percetakan (*publishing department*) yang menangani desain *layout* (tata letak) media hingga percetakan. Pada media elektronik, bagian desain ini adalah bagian teknik

yang mengurus peralatan siaran (*broadcasting tools*) mulai dari pemancar, antena, hingga mixer (*audio console*) dan mikrofon di ruang studio.

## 2. Konten

Bagian konten atau isi media dikelola oleh tim redaksi (*editorial department*), yaitu para wartawan. Struktur organisasi redaksi media umumnya terdiri dari pemimpin redaksi, redaktur/ editor, reporter/ fotografer, dan koresponden/ kontributor. Dari segi tulisan atau jenis informasi, konten media *online* secara umum sama dengan media cetak, yaitu berita, artikel, dan feature. Dari segi format, konten media *online* tidak hanya berupa teks (tulisan), tapi juga format lain, seperti video dan audio, sebagaimana karakteristik media *online*. Dari segi topik, konten media *online* bisa beragam, mulai sosial, politik, ekonomi, hiburan, hingga olah raga, atau fokus ke topik tertentu, misalnya *sport*, teknologi, pertanian, kesehatan, atau dunia selebritas. Situs berita umumnya berisi ragam topik. *Website* resmi instansi/ lembaga umumnya berisi informasi kegiatan serta produk atau layanan.

## 3. Pemasaran

Bagian Pemasaran (*marketing*) bertanggung jawab mempromosikan media secara *online* dan *offline*. Pemasaran dalam media *online* adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media internet. Pada awalnya menggunakan halaman-halaman berformat HTML yang bisa diakses oleh pengguna Internet. Itulah awal dari *website* yang kemudian menjadi “rumah kedua” bagi perusahaan-perusahaan yang sudah eksis untuk menampilkan jati dirinya. Pada perkembangannya pemasaran *online* tidak hanya menggunakan media *website*, namun juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan di atas *protocol* internet.

Terdapat banyak alasan mengapa internet menjadi alat pemasaran yang ideal. Internet bisa menjangkau jutaan orang tetapi juga masih bisa digunakan untuk mengejar target pasaran yang terdiri dari sekelompok individu tertentu. 24 jam dalam tujuh hari sangat menarik dan tidak terdapat batasan geografis. Menurut internet *Marketing for Dummies*, internet adalah sarana yang ideal sekaligus yang terburuk untuk memasang iklan. Bagusnya adalah iklan *online* sangat mudah untuk melacak jumlah orang yang telah mengunjungi iklan yang dipasang. Segi buruknya adalah tidak bisa memastikan bahwa iklan tersebut langsung menghasilkan penjualan.

Pemasaran media *online* mulai populer sejalan dengan makin populernya penggunaan internet. Sebelum adanya pemasaran media *online*, kegiatan pemasaran membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Akibatnya para perusahaan kecil atau yang baru bertumbuh tidak mampu melakukan aktivitas pemasaran secara optimal.

### ***C. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Media Online***

#### **1. Faktor Pendukung**

Media *online* merupakan salah satu terobosan di dalam dunia jurnalisme. Hal ini dapat dikatakan baru, meskipun prakteknya sudah memakan waktu kurang dari sepuluh tahun terakhir. Media *online* yang berkembang saat ini umumnya lebih memacu seorang jurnalis dalam “mencari” berita, berbeda dengan jurnalisme tradisional yang selama ini hanya menunggu informasi dari Humas suatu lembaga atau siaran pers lalu menyiarkannya. Atau menunggu penugasan dari atasan untuk meliput atau mewawancarai narasumber.<sup>56</sup>

Faktor pendukung, bahwa media *online* ini tidak bisa ditunda antara lain,

---

<sup>56</sup>Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Cet. 1; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h. 201.

adanya keyakinan dan kesadaran kita bahwa media itu harus berubah. Berubah untuk menyesuaikan diri, berubah untuk beradaptasi dengan teknologi dan gaya hidup masyarakat. Kata perubahan menjadi bermakna luas ketika yang harus berubah tidak semata-mata bentuk medianya tetapi *mindset* pemimpin dan karyawan serta perubahan budaya kerja pada media.

Kesediaan melakukan perubahan juga harus muncul terhadap perubahan budaya kerja, karena tuntutan khalayak semakin kompleks. Selain harus mempertahankan apa yang disebut roh media cetak yaitu akurasi, kemajuan teknologi memaksa industri media harus mampu menyajikan informasi secara cepat dan lengkap. Hampir tidak mungkin menjadikan media *online* memiliki ketiga roh tersebut. Artinya ketiga roh media yaitu akurasi, kredibilitas, dan kepercayaan, akan terwujud jika terjadi konvergensi dalam hal konten atau sinergi dalam hal kerjasama untuk mencapai sebuah visi bersama.

Hal lain yang mendorong media *online* untuk menjadi media pesaing adalah dengan menyediakan konten *multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*. Selain itu, media *online* juga bisa menjadi peluang bisnis dengan menggarap konvergensi media, karena media *online* memiliki *brand image* yang sangat kuat. Sehingga pencapaian visi yang dicita-citakan pendiri menjadi modal dasar untuk segera meraih harapan dengan mengimplementasikan media *online*. Dengan demikian, berbekal keyakinan dan keniscayaan, maka *enlightening people* akan terwujud bersamaan dengan implementasi media *online*.

Seperti yang dikatakan oleh Suryawati, James C. Foust dalam *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online* juga memiliki keunggulan antara lain:

- a. *Audience control*, dimana audience atau pembaca berita lebih leluasa untuk memilih berita yang diinginkan hanya dengan mengklik link berita yang diinginkan.
- b. *Nonlienarity*, berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri atau tidak berurutan.
- c. *Storage and retrieval*, berita akan tersimpan dan dapat diakses kapan saja oleh pembaca.
- d. *Unlimited space*, berita yang disajikan lebih lengkap daripada media lainnya. Tidak terbatas oleh durasi seperti pada televisi dan radio, dan tidak terbatas oleh kolom dan halaman seperti pada media cetak.
- e. *Immediacy*, berita yang disajikan bersifat segar, langsung dan cepat.
- f. *Multimedia capability*, media *online* dapat menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya dalam menyajikan berita.
- g. *Interactivity*, memungkinkan adanya partisipasi pembaca dengan menyediakan kolom komentar dan fasilitas share ke media sosial seperti *twitter*, *facebook*, dan media sosial lainnya.<sup>57</sup>

## **2. Faktor Penghambat**

Sejarah tidak akan mudah dilupakan ketika sudah mengukir sisi kehidupan manusia. Media cetak sudah membentuk budaya dan perilaku wartawannya. Mereka berkarya dan dibesarkan di industri media cetak. Adalah wajar, ketika wartawan bersikap apatis terhadap perubahan yang digulirkan. Apalagi

---

<sup>57</sup>Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Bandung. Nuansa Cendikia, 2012), h. 16.



perubahan yang digulirkan berhubungan dengan ancaman terhadap kenyamanan mereka. Posisi zona nyaman menjadi benteng penolakan terhadap perubahan itu.

Selain itu, merasa diri sebagai orang yang paling berjasa di media cetak membuahkan kepribadian orang yang menjadi ego. Egoisme sektoral muncul ketika diri merasa paling benar, paling hebat, dan paling mengerti terhadap bidang yang digelutinya. Sifat atau kepribadian yang defensif ini justru mampu menghambat perkembangan media *online*. Setidaknya media *online* justru membuat mereka merasa terbebani dengan tugas baru. Selain ego sektoral, krisis kepemimpinan juga dapat menjadi penghambat media *online*. Pemimpin yang benar-benar ideal di era digital ini masih kurang. Karena pemimpin yang ada banyak diketahui sebagai pemimpin yang gagap teknologi. Pemimpin yang demikian harusnya bersikap legowo untuk menyerahkan estafet kepemimpinannya kepada mereka yang lebih muda dan *mindset*-nya terbuka terhadap perubahan teknologi. Karena *mindset* sumber daya manusia baik internal maupun eksternal menjadi hal utama yang harus ditangani. Kemudian adanya pihak internal maupun eksternal harus maju bersama. Internal, misalnya, harus ada penambahan *skill* dan adanya keteladanan dari pemimpin. Memberikan peluang besar bagi karyawan dan wartawan untuk mengembangkan diri dalam hal memahami dunia digital. Dari pihak eksternal, edukasi terhadap mereka baik agen maupun klien iklan harus secara kontinyu dilakukan. Selanjutnya pemimpin-pemimpin media juga selain harus yang mengerti IT tapi juga yang berselera IT. Kunci mengembangkan media *online* ini adalah membuka diri dan siap mengubah kultur kerja dan harus terbuka terhadap perubahan dan teknologi.

Selain itu, sejumlah faktor yang menghambat media *online* pada umumnya

adalah visi yang dipersepsikan belum sama, kemudian modal untuk investasi. Sehingga sekarang ini untuk mencari media *online* yang sempurna ini memang belum ada karena semua masih mencoba.

#### **D. Konvergensi Media Di Era Revolusi Industri 4.0**

Empat fase perkembangan komunikasi manusia Evertt M Rogers yang dikutip oleh Ruli Nasrullah dalam buku *Komunikasi Antar Budaya Di Era Budaya Siber*, mencatat empat fase-fase perkembangan komunikasi manusia. Fase-fase tersebut adalah *the writing era*, *the printing era*, *telecommunication era*, dan *interactive communication era*.<sup>58</sup> Perkembangan teknologi informasi pada empat evolusi komunikasi ini adalah tulisan, cetak, teknologi, dan interaktif. Sebelum memasuki fase-fase tersebut masa-masa awal manusia melakukan kontak dengan sesuatu sangat sederhana. Di gua-gua terdapat gambar lukisan membuktikan bahwa manusia prasejarah mengekspresikan tentang apa yang terjadi. Awalnya gambar lukisan tersebut tidak beraturan, namun lama kelamaan bentuk dan susunan gambarnya mulai berkesinambungan. Hal ini sangat jelas terlihat dari *pictograph* peninggalan kebudayaan Mesir yang ditemukan di makam-makam (piramida).<sup>59</sup>

Saat ini kita telah memasuki revolusi industri generasi keempat atau era industri 4.0. Era revolusi industri ini ditandai dengan kemajuan yang sangat pesat. Komputer pun semakin canggih atau disebut juga superkomputer. Telepon genggam atau *handphone* berkembang menjadi *smartphone*. Perkembangan teknologi informasi yang mengagumkan telah mengubah kehidupan manusia

---

<sup>58</sup>Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber* (Cet. 3; Jakarta: Prenadamedia Grup, 2018), h. 4.

<sup>59</sup>Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber*, h. 4.

modern. Tidak hanya mempermudah komunikasi antar manusia di berbagai belahan Bumi, teknologi informasi sangat menunjang berbagai pekerjaan kita. Meski demikian, ada persoalan lain yang muncul dalam kehidupan saat ini, yakni terciptanya pribadi-pribadi yang semakin individualis.

Memasuki making Indonesia 4.0 menandakan bahwa seluruh sektor industri harus siap bertransformasi revolusi era disrupsi. Tidak ketinggalan dunia cetak harus segera menyesuaikan agar tidak ditinggalkan khalayak atau pembaca. Mulai dari sumber daya manusia yang harus menguasai teknologi yang berkaitan dengan internet dan *cyber*, regulasi dan terpenting adalah perubahan *platform* dengan memiliki atau memperluas menjadi media digital dan *online*. Di era digital ketika sebagian besar persebaran informasi berlangsung di dunia maya, industri pertelevisian menghadapi persaingan dengan media-media *online* yang relatif lebih mudah diakses. Hal ini menuntut stasiun televisi untuk terus menghadirkan inovasi, baik dalam program tayangan maupun dalam media penyiaran, salah satunya dengan menyediakan akses untuk menonton siaran televisi secara *online*. Seiring digitalisasi dan konvergensi media di era disrupsi, pilihan *platform* untuk konten siaran makin banyak, bervariasi dan mudah, bisa dilakukan siapapun. Maraknya sosial media seperti *facebook*, *instagram*, *youtube* dan juga *streaming* media, membuat setiap orang bisa secara mandiri menjadi *citizen jurnalis*, konten kreator, *broadcaster*, dan desainer grafis. Era 4.0 ini menuntut pelaku industri media cetak melakukan pengembangan strategi, di antaranya dengan memberikan konten terbaik, informasi maupun berbagai program siaran inovatif. Revolusi industri disrupsi jelas akan menggeser teknologi yang digunakan perusahaan media cetak. Meski konten program media cetak tidak

akan mengalami pergeseran namun hal yang terpenting adalah penguatan konten berita yang sehat dan berkualitas.

Semakin pesatnya perkembangan media baru atau media *online*, yang dipicu dengan semakin canggihnya teknologi informasi, telah memunculkan fenomena baru yang disebut konvergensi media. Konvergensi media bisa didefinisikan sebagai arus atau aliran konten yang terjadi di berbagai *platform* media.<sup>60</sup> Dalam pengertian ini disebutkan bahwa *audiens* memiliki peran krusial dalam membentuk dan mendistribusikan konten. Konvergensi media harus dipahami sebagai proses yang berkelanjutan, merupakan interaksi antara berbagai bentuk dan *platform* media. Dari berbagai penjabaran diatas mengenai kerangka pemikiran, dijelaskan bahwa kemunculan *new media* telah memberikan ruang baru untuk dunia jurnalisme. Semakin pesatnya perkembangan publik lewat media-media *online* ini, memuat produsen media pada masa kini berlomba-lomba menciptakan dan mengeluarkan konten *online* kepada publik.

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, konvergensi menjadi istilah paling populer di kalangan industri media. Ditelisik dari sejumlah literatur, definisi konvergensi masih beragam. Justru *Justice Power Stewart* menyatakan, “saya tidak dapat mendefinisikan konvergensi, namun saya tahu ketika saya melihatnya”. Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bagaimana sulitnya mendefinisikan konvergensi.<sup>61</sup> Dalam bukunya, *Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide* Jenkins menuliskan, pada awal tahun 1983 Ithiel De Sola Pool dalam bukunya berjudul

---

<sup>60</sup>Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (New York: New York University Press, 2006), h. 3.

<sup>61</sup>Grant A. E. dan Wilkinson, J. S, *Understanding Media Convergence; The State of the Field* (New York: Oxford University Press, 2009), h. 3.

*Technology of Freedom* menggunakan istilah konvergensi untuk menggambarkan kekuatan perubahan dalam industri media. Sebuah proses yang disebut sebagai konvergensi itu mengaburkan batasan antara media. Misalnya komunikasi *point to point* (pos, telepon, dan telegraf) dan komunikasi massa (pers, radio, televisi). Perangkat fisik tunggal seperti kabel dan gelombang udara, yang pada masa lalu dalam bentuk terpisah, kini dapat diakomodir oleh satu medium seperti penyiaran, pers, dan komunikasi lewat telepon.<sup>62</sup>

Definisi konvergensi lebih lanjut dikatakan Jenkins, bahwa konvergensi sebagai sebuah proses multidimensi teknologi, ekonomi, sosial, budaya global yang tidak berbeda dengan transisi dan transformasi periode *Renaissance*. Konvergensi media ibarat percikan api yang tersebar dan menjangkau ranah sosial, politik, ekonomi, dan perselisihan legal karena ada tujuan yang bertentangan dari sisi konsumen, produsen, dan *gatekeeper*.<sup>63</sup> Sementara Burnett dan Marshall mendefinisikan konvergensi media sebagai penggabungan industri media, telekomunikasi, dan komputer menjadi sebuah bentuk yang bersatu dan berfungsi sebagai media komunikasi dalam bentuk digital.<sup>64</sup> Paradigma konvergensi mengasumsikan media lama dan media baru tetap akan hidup bersama dan berinteraksi dengan kecenderungan media lama yang harus beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Fungsi dan status media lama bergeser karena masuknya teknologi baru.<sup>65</sup>

Berkembangnya dimensi-dimensi dalam konvergensi media disebabkan oleh penemuan dan perkembangan WWW (*World Wide Web*) dan jaringan komputer berkecepatan tinggi. Teknologi media *online* ini pun dipasarkan dan dimiliki oleh masyarakat luas, sehingga masyarakat dapat menikmati, menghasilkan, dan

---

<sup>62</sup>Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, h. 10.

<sup>63</sup>Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, h. 93.

<sup>64</sup>Grant A. E. dan Wilkinson, J. S., *Understanding Media Convergence*, h. 100.

<sup>65</sup>Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, h. 14.

menyebarkan konten dari media tersebut. Dalam hal ini, konten memiliki arti sangat luas, yang mencakup berbagai bidang pengetahuan, bukan hanya bidang jurnalistik dan komunikasi massa. Rich Gordon dalam bukunya yang berjudul *The Meaning of Convergence*, membagi konvergensi ke dalam lima dimensi atau level sebagai berikut:

#### 1. *Ownership Convergence*

Konvergensi ini mengacu pada kepemilikan perusahaan media besar atas beberapa jenis media. Misalnya sebuah perusahaan media yang menjadi induk dari media cetak, media *online*, dan media penyiaran.

#### 2. *Tactical Convergence*

Konvergensi ini merupakan bentuk trik atau cara kerjasama dengan melakukan promosi silang serta pertukaran informasi yang diperoleh dari media-media yang berkonvergen atau bekerja sama. Misalnya, liputan khusus sebuah koran dipromosikan di televisi atau sebaliknya, program khusus televisi diiklankan di koran cetak dan *online*.

#### 3. *Structural Convergence*

Konvergensi ini membutuhkan *redesign* pembagian kerja dan strukturisasi organisasi di tiap media yang sudah menjadi bagian dari konvergensi. Struktur organisasi dan *job description* yang sudah mengimplementasikan konvergensi ditata ulang dan disesuaikan dengan kebutuhan konvergensi.

#### 4. *Information Gathering Convergence*

Jenis konvergensi ini terjadi ketika para jurnalis yang sering disebut sebagai *backpack journalist* atau jurnalis yang memiliki keterampilan bekerja di lebih satu jenis media diharapkan dapat mengumpulkan data, mengolah, dan menyajikan data dalam berbagai *platform*. Dengan kata lain, jurnalis wajib melaporkan hasil liputannya ke dalam

*platform* yang berbeda. Bisa ke *platform* cetak, televisi, maupun *online*.

### 5. *Storytelling Convergence*

Bentuk konvergensi ini menuntut keterampilan jurnalis dalam mengemas berita sesuai dengan segmen pasar media yang bersangkutan dan dilengkapi dengan foto, video, maupun grafis.<sup>66</sup>

Grant membuat suatu perspektif konvergensi yang paling relevan dengan memadukan perspektif Dailey dan Gordon. Grant menyebutkan bahwa inovasi di bidang teknologi bukanlah motivasi di balik terciptanya konvergensi, namun inovasi teknologi memungkinkan terbentuknya berbagai konvergensi media.<sup>67</sup>

Lima dimensi Grant ini dapat dijadikan variabel analisis pelaksanaan konvergensi di sejumlah industri media. Kelima dimensi konvergensi versi Grant tersebut adalah sebagai berikut:

#### a. Konvergensi Teknologi

Dalam konvergensi, teknologi tidak selalu dianggap sama pentingnya dengan faktor organisasi, faktor sosial, dan faktor pemakai (*user*) dalam analisis media. Perkembangan teknologi yang menjadi inti dari konvergensi media adalah teknologi digital dan jaringan komputer.

#### b. Konten *Multimedia*

Konten *multimedia* ini tercermin dalam pengelolaan *newsroom* dan *website*. Di sini telah terjadi revolusi mendasar, yaitu *outlet-outlet* media tradisional berubah menjadi *outlet* digital dalam bentuk *web*. Kondisi lainnya adalah bagaimana *newsroom* tradisional yang

---

<sup>66</sup>Stephen Quinn, *Convergence; The Journal Research Into New Media Technologies* (London: Sage Publication Inc. Vol. 10, 2004), h. 112.

<sup>67</sup>Grant A. E. dan Wilkinson, J. S, *Understanding Media Convergence*, h. 205.

dipadati dengan beraneka mesin dan jurnalis menjadi *newsroom* yang lebih efisien dengan hasil berita yang lebih optimal dan dilengkapi dengan teknologi digital yang lebih canggih.

#### c. Kepemilikan

Dimensi ini membahas konvergensi media berdasarkan kepemilikan yang mengarah pada kesamaan entitas (*co-ownership*). Dengan adanya kepemilikan yang satu maka media-media yang bernaung di bawahnya dapat melakukan *content sharing* yang lebih efektif dan hal ini juga berkaitan dengan motif ekonomi politik dimana setiap pemilik media memiliki keinginan untuk menjadi pengaruh dalam masyarakat.

#### d. Kolaborasi

Tidak semua media melakukan *co-ownership* untuk menunjang performanya. Beberapa media memilih melakukan kolaborasi dengan media lainnya, seperti kolaborasi penerbit, editor dan *news director* dengan tujuan untuk memenangkan persaingan pasar. Hubungan kolaborasi yang terjadi adalah *one time cooperative relationship* di mana media saling berkolaborasi dan menjalin hubungan saling menguntungkan dalam waktu tertentu.

#### e. Koordinasi

Media-media yang tidak melakukan *co-ownership* dan kolaborasi biasanya menempuh langkah koordinasi yang didasari pada motif ekonomis, semata-mata demi memperkuat posisi media tersebut terhadap kompetitornya. Koordinasi yang dilakukan biasanya hanya pada momen-momen tertentu saja. Misalnya seorang wartawan surat kabar berkoordinasi dengan wartawan televisi dan *online* yang masih dalam satu perusahaan, mengenai isu tertentu di masyarakat. Dalam implementasinya, dimensi ini sering disebut sebagai *cross media*.<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup>Grant A. E. dan Wilkinson, J. S, *Understanding Media Convergence*, h. 205.



Kelima dimensi konvergensi sebagaimana yang dipaparkan di atas tidak dapat terpisahkan satu sama lainnya, meskipun setiap muncul aplikasi baru memberikan kemungkinan untuk tercipta dimensi lain. Dari segi operasional, konvergensi media menuntut pekerja media menjadi multitasking karena hasil satu peliputan berita dimuat di berbagai jenis media sehingga lebih efisien. Konvergensi media dalam skala pasar lokal terdapat di jaringan koran Tribun Timur. Koran Tribun dibawah Grup Kompas Gramedia merupakan jaringan media lokal terbesar di Indonesia. Koran Tribun terdiri dari 20 judul koran yang terbit di 18 kota di seluruh Indonesia. berada pada satu jaringan media lokal yang di kenal dengan sebutan PERSDA dengan system manajerial yang berbeda namun dibawah pengawasan seorang direktur. Kesemuanya itu merupakan jaringan media lokal terbesar di Indonesia di bawah asuhan Kelompok Kompas Gramedia Group (KKG Group) dan merupakan media yang telah terkonvergen. Koran Tribun Timur ini pun telah menerapkan konvergensi secara kasat mata dapat kita lihat dengan koran Tribun Timur yang memiliki dua bentuk yaitu Koran cetak (koran kertas) dan koran *online* (*e-paper*). Koran lokal Tribun telah menerapkan konvergensi media dalam proses produksi dan distribusi berita.<sup>69</sup>

Persaingan bisnis antar industri media cetak menjadi salah satu faktor pendorong para industri media menerapkan konsep ini karena perkembangan teknologi tidak hanya mengandalkan format cetak (koran, majalah, buku) semata. Konvergensi media dibutuhkan agar media massa mampu tetap bersaing di era bisnis

---

<sup>69</sup>Khadziq, "Konvergensi Media Surat Kabar Lokal: Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal". Vol.10/N0.01/April 2016, h. 7. <https://media.neliti.com/media/publications/224312-konvergensi-media-surat-kabar-lokal-stud.pdf> (18 Oktober 2019).

dewasa ini. Sebagai salah satu bentuk konvergensi media memerlukan berbagai proses dan tahapan dalam penerapannya. Internet memaksa industri media untuk mengkonvergensi media, karena kini iklan yang merupakan penghasilan terbesar dari industri media sudah mulai berpindah ke media *online*. Orang-orang akan memilih membaca berita dengan genggamannya dibandingkan harus membuka surat kabar yang memakan banyak tempat.

Media yang telah terkonvergen bukan saja berpengaruh pada perkembangan teknologinya saja namun juga berpengaruh terhadap besarnya kepentingan ekonomi politik dalam penerapan konvergensi. Hal ini menimbulkan masalah serius mengingat media dan teknologi kini telah menjadi kebutuhan pokok (*primary need*) masyarakat modern. Sedangkan industri koran Tribun sendiri meskipun masih terhitung koran lokal baru namun kehadirannya telah disambut dengan baik di dalam masyarakat seperti Tribun Timur, Tribun Jogja, Tribun Medan, dan lain-lain. Koran Tribun yang memiliki jaringan terbesar di Indonesia dan telah terkonvergen ini kembali menjadi sangat seksi untuk diteliti lebih lanjut mengingat setiap industri media massa memiliki kepentingan ekonomi politik. Transformasi menuju konvergensi media menjadi sebuah keharusan agar sebuah media cetak tetap dapat bertahan hidup. Pemilihan model transformasi media secara tepat dan disesuaikan dengan kebutuhan serta kondisi media cetak ikut menentukan tercapainya konvergensi media. Gerakan konvergensi media tumbuh secara khusus dari munculnya Internet dan digitalisasi informasi.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup>Khadziq, "Konvergensi Media Surat Kabar Lokal: Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal", Vol.10/N0.01/April 2016, h. 8. <https://media.neliti.com/media/publications/224312-konvergensi-media-surat-kabar-lokal-stud.pdf> (18 Oktober 2019).

Kemajuan teknologi, perubahan gaya hidup masyarakat dalam memperoleh informasi, respon industri media, dan perkembangan dunia jurnalistik itu sendiri merupakan faktor pendorong dinamisme yang terjadi dalam dunia masa kini. Maka bermunculah situs-situs yang berisikan informasi mengenai opini publik dan juga petisi-petisi tentang isu-isu hangat ditengah masyarakat yang mengandalkan aktualitas. Hal tersebut juga menjadikan sebuah media harus bisa mengatur strategi bagaimana menyajikan sebuah isu menjadi sebuah konten berita yang sesuai dengan ideologi media mereka. Artinya, butuh pengelolaan atau manajemen yang tepat agar sebuah media bisa mencapai tujuannya. Tujuan dari adanya manajemen dalam media ini, agar sebuah media tersebut tetap berjalan sesuai dengan tujuan awal mengapa media tersebut diciptakan. Media *online* berbeda dengan media tradisional yang mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, baik dalam format, isi, maupun mekanisme dan proses hubungan penerbit dengan pembaca atau pelanggannya. Karakteristik yang paling terasa adalah kemudahan bagi penerbit maupun pengguna untuk membuat peralihan waktu penerbitan dan pengaksesan. Tidak ada batasan waktu pengaksesan, kapan dan di manapun semua orang bisa mengaksesnya. Isinya pun tergolong ringkas dan padat, karena sifatnya yang cepat dibutuhkan pembaca sehingga memunculkan kepuasan pelanggannya atau khalayak.

#### ***E. Kerangka Konseptual***

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Sebagai landasan dan dukungan dasar teoritis dalam rangka memecahkan masalah yang dikemukakan di atas, untuk itu penulis memerlukan kerangka konseptual yang

relevan dengan masalah yang ada. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *new media*, teori difusi inovasi, dan teori konvergensi media. Pada teori *new media* Denis McQuail mendefinisikan *new media* atau media baru adalah berbagai perangkat teknologi informasi yang berbagi ciri yang sama, dimana selain baru, yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaanya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.<sup>71</sup>

Teori difusi inovasi dikemukakan oleh Everett M. Rogers di dalam buku, *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu* yang mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial.<sup>72</sup> Teori ini berusaha untuk menjelaskan bagaimana, mengapa, dan tingkat apa teknologi baru berkembang dan diadopsi ke dalam berbagai konteks. Menurut teori ini ada empat elemen utama yang mempengaruhi perkembangan media baru yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Sedangkan Teori konvergensi media seperti yang dikutip oleh Septiawan dalam buku *Jurnalisme Kontemporer*, menyatakan bahwa:

Berbagai perkembangan bentuk media massa terus merentang dari sejak awal siklus penemuannya. Setiap model media terbaru tersebut cenderung merupakan perpanjangan, atau evolusi dari model-model terdahulu. Dalam konteks ini, internet bukanlah suatu pengecualian.<sup>73</sup>

Oleh karena itu perkembangan media massa terus mengalami perubahan dengan berevolusi menggunakan teknologi saat ini. Karena kebutuhan akan informasi di era revolusi industri 4.0 ini sangat penting bagi masyarakat modern. Dengan

---

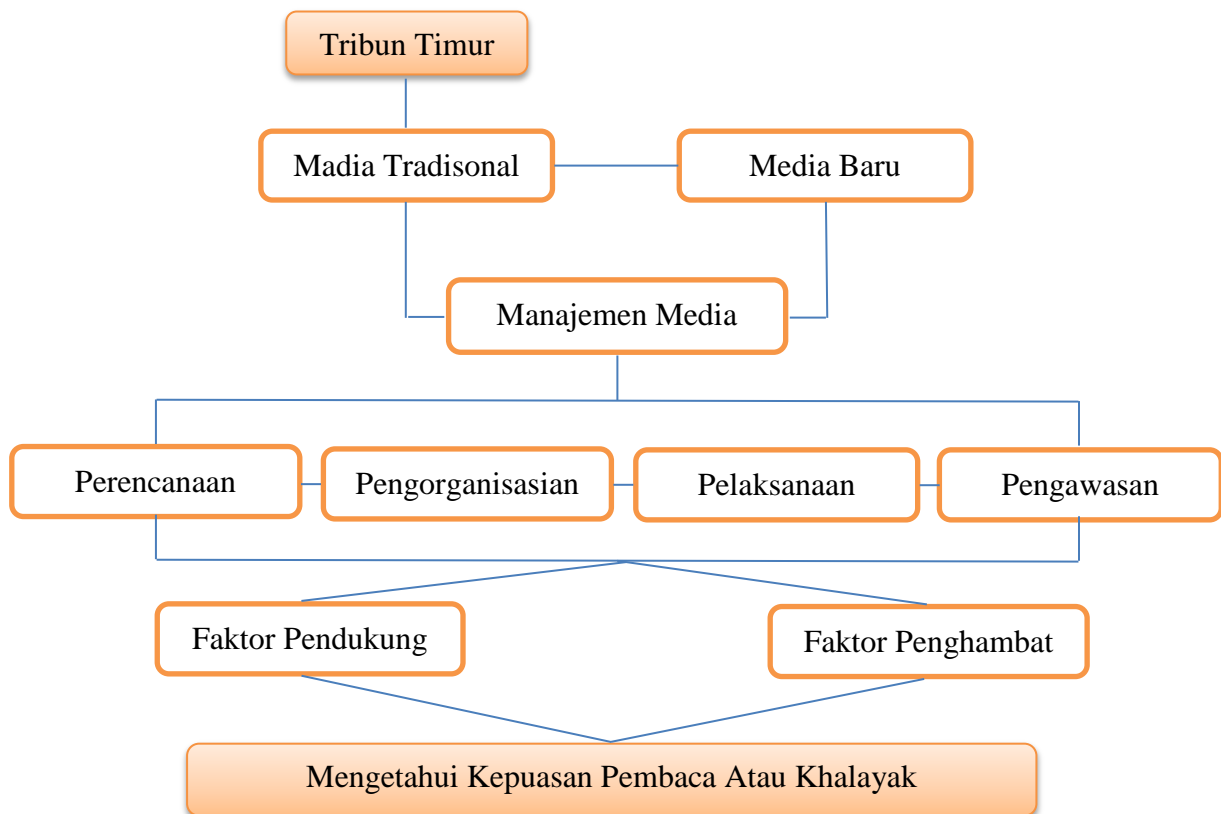
<sup>71</sup>Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 148.

<sup>72</sup>Sumadi Dilla, *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu* (Bandung: Simbiosis Rakatama Media, 2007), h. 53.

<sup>73</sup>Septiawan Santana K, *Jurnalisme Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2005). h. 135.

adanya Tribun Timur yang menghadirkan media *online* tentu butuh manajemen media yang bisa memungkinkan terjadinya sinergi dari segala sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Tribun Timur menjadikan inovasi sebagai landasan dalam mencapai tujuan, karena dengan inovasi usaha dan kreatifitas akan terwujud. Sehingga memiliki pengaruh besar dalam menyampaika informasi kepada khalayak dengan menggunakan banyak media terutama media *online*. Dengan demikian penelitian yang menggunakan studi kasus ini, terdapat berbagai variable manajemen yang akan dijadikan kerangka konseptual dalam melakukan penelitian di Tribun Timur.

#### Bagan Kerangka Konseptual



**Gambar 2: Bagan Kerangka Konseptual**

### **BAB III**

#### **METODELOGI PENELITIAN**

##### ***A. Jenis Penelitian***

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.<sup>74</sup> Penelitian ini berfokus pada inovasi Tribun Timur di era revolusi industri 4.0. Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau prediksi. Akan tetapi menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah (*naturalistic setting*). Format desain deskriptif kualitatif banyak memiliki kesamaan dengan desain deskriptif kuantitatif, karena itu desain deskriptif kualitatif bisa disebut pula dengan kuasi kualitatif atau desain kualitatif semu. Artinya, desain ini belum benar-benar kualitatif karena konstruksinya masih dipengaruhi oleh tradisi kuantitatif, terutama dalam menempatkan teori pada data yang diperolehnya.

##### ***B. Lokasi dan Waktu Penelitian***

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Makassar. Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2019 sampai Februari 2020 selama tiga bulan.

##### ***C. Objek dan Subjek Penelitian***

Objek penelitian adalah “Tribun Timur”. Sedangkan subjek penelitian adalah wakil pemimpin redaksi, manajer produksi, manajer digital, koordinator liputan, wartawan atau reporter, dan editor.

---

<sup>74</sup>Penelitian deskriptif kualitatif yaitu *penelitian yang berusaha menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data-data dan hasil observasi*. Selanjutnya penulis menyajikan data, menganalisis serta menginterpretasikan.

#### **D. Metode Pendekatan**

Berdasarkan orientasi permasalahan dan sumber data yang akan diteliti, maka penelitian ini bersifat lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif.<sup>75</sup> Jenis penelitian kualitatif utamanya bersandar pada paradigma subjektif fenomenologis, yang menekankan alur deskripsi dari induktif ke deduktif atau dari data menuju teori.<sup>76</sup> Sedangkan bentuk operasional data penelitian ialah melalui pendekatan kualitatif deskriptif yang berupa narasi, penuturan informan, dokumen-dokumen pribadi seperti foto, catatan pribadi, perilaku, gerak tubuh dan banyak hal lain yang tidak didominasi angka-angka sebagaimana penelitian kuantitatif.<sup>77</sup>

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan tiga metode pengumpulan data, yaitu:

##### **1. Observasi**

Observasi adalah suatu upaya penyelidikan secara sistematis terhadap objek atau subjek yang diteliti. Teknik observasi yang akan dilakukan ialah observasi langsung dan tidak langsung. Maksud observasi langsung adalah pengamatan yang melibatkan penulis berada di lapangan yang menjadi sasaran penelitian untuk mengamati objek penelitian. Sedangkan observasi tidak langsung adalah pengamatan tanpa harus berada di lapangan. Observasi dalam penelitian ini akan difokuskan pada

---

<sup>75</sup>Lexy. J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2001), h. 3.

<sup>76</sup>Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Prenada media Group, 2008), h. 3 dan 28.

<sup>77</sup>Muhammad Idrus, *Metode penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Jogja; UII Press, 2007), h. 35.

manajemen media *online* terhadap inovasi Tribun Timur di era revolusi industri 4.0. Dalam hal ini penulis bertindak sebagai instrumen penelitian. Teknik pengamatan dilakukan dengan cara terstruktur atau secara ilmiah dengan ikut terlibat langsung di lokasi penelitian.

## 2. Wawancara

Wawancara (*interview*) atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewer*).<sup>78</sup> Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur, yaitu proses wawancara yang dilakukan secara terencana. Wawancara dilakukan dengan cara melakukan diskusi atau tanya jawab secara mendalam (*indepth interview*) dengan sejumlah informan yang dapat mendukung keabsahan data dalam penelitian ini. Selain itu, juga digunakan *open ended question*, yakni mengembangkan pertanyaan sesuai dengan kebutuhan penulis. Dalam hal ini, penulis terlebih dahulu menyiapkan pedoman wawancara sebagai panduan dalam mewawancarai informan. Teknik ini memberikan data sekunder dan data primer yang akan mendukung penelitian.<sup>79</sup>

Teknik wawancara ini merupakan salah satu teknik penulis terapkan dalam mengetahui inovasi Tribun Timur di era revolusi industri 4.0 dengan daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan kepada informan. Informan juga dipilih dengan menggunakan *purposive sampling*, yakni sampel yang ditentukan atas dasar

---

<sup>78</sup>Kamaluddin Tajibu, *Metode Penelitian Komunikasi* (Cet. I; Makassar: AU Press, 2013), h. 158-159.

<sup>79</sup>Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Cet. 4; Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008), h. 23.



pertimbangan-pertimbangan tertentu.<sup>80</sup> Dasar pertimbangan yang dimaksud adalah informan memiliki peran penting dalam manajemen Tribun Timur yang sekaligus berperan penting dan terjun langsung dalam proses produksi berita-berita Tribun Timur baik di media cetak maupun media *online*.

### 3. Dokumentasi

Selain wawancara dan observasi, cara pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi yaitu mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis. Teknik ini sering disebut sebagai studi dokumenter. Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang penelitian tentang inovasi Tribun Timur di era revolusi industri 4.0.

Adapun metode penulisan merujuk pada buku pedoman karya tulis ilmiah terbitan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.<sup>81</sup>

## ***F. Instrumen Penelitian***

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh penulis dalam kegiatan meneliti yakni mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah. Adapun instrumen primer penelitian ini antara lain:

1. Penulis sendiri yang datang langsung ke lapangan untuk mencari informasi dengan menggunakan instrument.
2. Perekam suara, yaitu alat elektronik yang dapat merekam suara dan

---

<sup>80</sup>Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Cet. 1; Jakarta: Kencana, 2007), h. 88.

<sup>81</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah: Makalah, skripsi, Tesis, Desertasi, dan Laporan Penelitian* (Cet. 1; Makassar: Alauddin Press, 2013).

menyimpan proses wawancara yang dilakukan secara audio.

3. Kamera foto, yaitu alat elektroik yang digunakan untuk mendokumentasikan proses wawancara yang menghasilkan gambar (foto) maupun gambar dan suara (video).
4. Catatan lapangan (*fieldnote*), yakni catatan kecil untuk mencatat hal-hal penting dan dianggap perlu untuk dicatat.

### **G. Analisis Data**

Analisa Data (Bogdan & Biklen 1982) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat diolah, mengintensifikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.<sup>82</sup>

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara induktif (dari data ke teori), yakni berangkat dari data khusus hasil penelitian lapangan, berupa proses interpretasi transkrip hasil wawancara, pengamatan, dan dokumentasi yang telah terkumpul, kemudian dikorelasikan dengan pendekatan teori yang digunakan untuk menarik suatu kesimpulan umum. Adapun tahapan analisis yang dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif, yakni digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan gambaran Tribun Timur tentang inovasi Tribun Timur di era revolusi industri 4.0. Sedangkan metode interpretatif, yakni proses analisis yang dilakukan dengan cara penafsiran makna dari data lapangan untuk mengungkap dan memahami persepsi informan terkait objek permasalahan.

---

<sup>82</sup>Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda, 2007), h. 248.

## **BAB IV**

### **INOVASI TRIBUN TIMUR DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0**

#### ***A. Profil Tribun Timur***

##### **1. Sejarah Tribun Timur**

Tribun Timur merupakan salah satu koran lokal yang berkedudukan di Makassar, ibu kota provinsi Sulawesi Selatan. Kantornya berada di Jalan Cendrawasih No. 430 Makassar, kode pos 90134, Indonesia. Tribun Timur dikelola oleh perusahaan PT. Indopersada Primamedia, merupakan sebuah Divisi Koran Daerah Kompas Gramedia bekerjasama dengan Bosowa Group, perusahaan nasional yang berbasis di Makassar. Sebelum menerbitkan Tribun Timur, PT. Indopersada Primamedia (Persada Network) terlebih dahulu menerbitkan beberapa koran daerah atau lokal di daerah lain di Indonesia, seperti Timika Pos di Timika, Pos Kupang di Kupang, Sriwijaya Pos di Palembang, Banjarmasin Pos di Banjarmasin, Serambi Indonesia di Aceh, Bangka Pos di Bangka dan lain sebagainya. Tribun Timur merupakan koran generasi kedua dengan bendera Tribun yang dikelola oleh PT. Indopersada Primamedia. Koran generasi pertama yang berhendera Tribun adalah koran Tribun Kaltim di Kalimantan Timur.

Setelah Tribun Kaltim sukses di Kalimantan Timur, PT. Indopersada Primamedia merasa percaya diri dan berkepentingan untuk mengembangkan koran daerah di kota-kota besar lainnya. Kota tujuan berikutnya adalah Kota Makassar, ibu kota provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan Kota Makassar sebagai daerah pengembangan 33 koran daerah Kompas Gramedia (KG) cukup beralasan. Pertama, populasi penduduk Kota Makassar cukup besar sebanyak 8.342.047 jiwa. Kedua, penduduknya memiliki daya beli tinggi. Ketiga Kota Makassar merupakan kota

utama pintu gerbang Indonesia Timur. Dengan demikian, menurut keyakinan Indopersada Primamedia adalah ketika ia dapat menguasai bisnis media cetak di Kota Makassar berarti Persada sudah dapat dikatakan menguasai Indonesia Timur.

Semakin banyak penduduk mengindikasikan bahwa kebutuhan akan informasi semakin bangak pula. Artinya, bisnis informasi sangat menjanjikan sehingga tidak mengherankan mana kala cukup banyak koran daerah yang terbit di Makassar Sulawesi Selatan. Misalnya, koran Fajar, Ujung Pandang Express, Berita Kota dan lain-lain. Koran nasional juga banyak beredar di Kota Makassar, seperti Kompas, Seputar Indonesia, Media Indonesia dan lain sebagainya koran tersebut berusaha memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Makassar.

Tribun Timur termasuk koran baru di Kota Makassar, Tribun Timur pertama kali terbit pada tanggal 9 Februari 2004. Pada mulanya, Persada sebagai pengelola memiliki keraguan untuk dapat mengembangkan Tribun di Kota Makassar. Bertapa tidak, sebelum Tribun Timur terbit ada beberapa koran lokal yang sudah lebih dulu terbit di Kota Makassar. Bahkan diantaranya ada koran yang terbit hampir tiga dekade.

Meskipun demikian sejarah berkata lain, keraguan tersebut terjawab dalam waktu yang singkat. Tribun Timur menuai sukses besar di Kota Makassar, kehadirannya tidak hanya mampu bertahan ditengah persaingan antara koran lokal di Kota Makassar, melainkan sudah menjadi kekuatan baru dalam persaingan pemberitaan di Sulawesi Selatan. Kini Tribun Timur sudah menjadi koran lokal yang terkemuka di Sulawesi Selatan, bahkan di Indonesia. Tribun Timur senantiasa berusaha hadir dengan pelayanan berita yang berkualitas. sesuai dengan kebutuhan

khalayak pada umumnya. Tribun Timur sudah menjadi pimpinan baru media cetak, dengan inovasi dan terobosan yang telah dilakukan. Pada ulang tahun Tribun Timur yang ketiga tahun 2007, Tribun Timur mendeklarasikan satu tahapan yang penting perkembangannya. Koran ini sudah menarik perhatian banyak pembaca, dibeli secara eceran dan berlangganan. Lebih dari itu, Tribun Timur telah mampu memerankan diri sebagai salah satu pemimpin baru, yang memimpin opini dan pengaruh dalam masyarakat. Meskipun media cetak termasuk institusi bisnis akan tetapi dia sukses tidak semata karena bisnis. Dia sukses justru karena media cetak memiliki pengaruh. Oleh karena itu, media cetak sesungguhnya adalah pabrik yang menjual pengaruh. Komoditi atau mata dagangan media cetak adalah kata-kata. Namun tidak semua kata-kata laku dijual. Kecuali kata-kata yang bisa dipercaya. Tidaklah gampang menghasilkan kata-kata yang bisa dipercaya, adapun kata-kata yang bisa dipercaya di antaranya yaitu:

- a. Kata-kata yang dapat dipercaya hanya lahir dari pena wartawan yang secara moral tidak mengharapkan apalagi menerima imbalan saat meliput berita.
- b. Kata-kata yang dapat dipercaya hanya lahir dari pena wartawan yang secara politik tidak memihak.
- c. Kata-kata yang dapat dipercaya hanya lahir dari pena wartawan yang profesional dan akuntabel dalam melaksanakan tugasnya.

## **2. Struktur Organisasi Tribun Timur**

### **a. Pemimpin Umum**

Bertanggung jawab terhadap seluruh aspek yang berkaitan dengan penerbitan media, baik secara internal maupun eksternal. Pemimpin umum lebih berorientasi

pada keberlangsungan penerbitan media massa sebagai institusi bisnis, sekalipun fungsi ini dalam berbagai hal dilimpahkan pula kepada pemimpin redaksi.

#### b. Bagian Redaksi

##### 1) Pemimpin Redaksi

Mengendalikan kegiatan keredaksian yang meliputi penyajian berita, penentuan liputan, pencarian fokus pemberitaan, penentuan topik, pemilihan berita utama (*headline*), berita pembuka (*opening news*), menugaskan atau membuat sendiri tajuk rencana dan sebagainya.

##### 2) Wakil Pemimpin Redaksi 1 dan 2

Sebagai pelaksana tugas dan penanggungjawab di bagian redaksi.

##### 3) Manajer Produksi

Bertanggung jawab terhadap lancar tidaknya produksi, dengan kata lain seorang manajer produksi bertanggungjawab terhadap penerbitan. Selain itu, bertanggung jawab terhadap berita yang disajikan secara umum. Manajer produksi juga bertanggung jawab terhadap kesejahteraan para reporter dan para *layouter* sehingga ia dapat mengajukan saran-saran yang berhubungan dengan kesejahteraan para karyawan pada bagian produksi surat kabar. Dalam melaksanakan tugasnya, manajer produksi dibantu oleh kepala bagian *layout* dan kepala bagian redaksi dan reporter sebagai berikut:

##### a) Kepala Bagian *Layout*/ Pewajahan

Merancang pewajahan dan merampungkan semua bahan yang akan dimuat mulai dari berita, foto, iklan dan sebagainya sebelum masuk percetakan untuk dicetak dan menyensor gambar (foto) atau berita yang dapat merusak *layout*/ pewajahan.

b) Kepala Bagian Redaksi

Memprogram objek berita yang dinilai menarik untuk dimuat, dan berhak mengolah kembali berita yang dimasukkan oleh para wartawan atau reporter, serta bertanggung jawab kepada atasan terhadap berita yang diterbitkan.

c) Reporter

Mengumpulkan dan membuat bahan berita dari objek berita yang telah diliput dan bertanggung jawab kepada staf redaksi terhadap berita yang diliput.

4) Koordinator Liputan

Menjabarkan dan mengawasi pelaksanaan onsep media yang telah ditentukan sejak perencanaan peliputan, penulisan hingga penyajiannya dalam tiap halaman. Selain itu, koordinator liputan juga memberi arah liputan, serta memperkaya visi redaktur dan reporter. Dalam kondisi tertentu di mana redaktur berhalangan, koordinator liputan wajib menjalankan fungsi redaktur setelah lebih dahulu berkonsultasi dengan redaktur pelaksana, pemimpin redaksi atau yang mewakilinya.

c. Sekretaris Redaksi

Melakukan kegiatan-kegiatan kesekretariatan redaksi.

d. Redaktur

Membuat perencanaan harian atau mingguan, mengatur, mengkoordinasi dan mengawasi tugas peliputan dan penulisan, mengedit dan mengoreksi hasil penulisan wartawan maupun menulis artikel tertentu agar pemuatan berita sejalan dengan hasil rapat perencanaan.

e. Fotografer

Bertanggung jawab dalam mempersiapkan dan menyediakan gambar atau foto peristiwa/ narasumber yang menjadi objek pemberitaan. Fotografer juga memiliki

kewenangan untuk menampilkan gambar atau foto yang memiliki nilai berita, disamping bersifat melengkapi berita yang telah dibuat reporter. Fotografer merupakan mitra kerja reporter dalam redaksi. Berita dalam bentuk gambar atau foto menjadi tugas pokok fotografer.

f. Staf Redaksi

Memberi masukan kepada jajaran redaksi dalam menjalankan tugas dan fungsi redaksional/ pemberitaan. Dewan redaktur pelaksana, dan wartawan senior yang dianggap memiliki kompetensi yang spesifik dalam pemberitaan.

g. Pemimpin Perusahaan

Mengelola dan mengendalikan secara penuh suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

h. Bagian Iklan

1) Manajer Iklan

Membuat rencana dan program kerja, serta mengkoordinasikan penjualan iklan untuk mencapai target.

2) Pemasaran Iklan

Melakukan penjualan *space* iklan yang menjadi tanggung jawabnya untuk mencapai target yang ditentukan.

3) Administrasi Iklan

Melaksanakan fungsi administrasi iklan.

4) Desain Iklan

Membuat desain dan materi artistik untuk mendukung penjualan iklan.



i. Bagian Sirkulasi

Mengembangkan dan meningkatkan penjualan koran yang meliputi perencanaan, penyusunan strategi pemasaran, dan koordinasi pemasaran sampai memelihara hubungan baik dengan agen.

j. Pengendali Wilayah

Mengkoordinir penjualan dan distribusi produk penerbitan di wilayah yang menjadi tanggung jawabnya sesuai dengan kebijakan penjualan atau pemasaran yang ditetapkan.

k. Administrasi Sirkulasi

Melakukan fungsi administrasi iklan.

l. Ekspedisi

Melakukan kegiatan packing dan pendistribusian koran.

### **3. Visi dan Misi Tribun Timur**

Visi dan Misi Tribun Timur yaitu menjadikan kelompok usaha penerbitan kabar daerah terbesar di Indonesia melalui informasi yang terpercaya, untuk memberikan spirit baru dan mendorong terciptanya demokratisasi daerah dengan menjalankan bisnis yang beretika, efisiensi dan menguntungkan. Selain memiliki visi dan misi Tribun Timur juga memiliki ikon tersendiri sebagaimana institusi lainnya. Ikon Tribun Timur adalah Spirit Baru Makassar. Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut Tribun Timur Mendorong terciptanya Kota Makassar tumbuh menjadi kota modern dan melayani masyarakat kaum profesional. Maka dari itu, Tribun Timur memberikan ruang yang cukup besar kepada masyarakat untuk terlibat langsung dalam pemberitaan dengan menyediakan rubrik *publik service* atau layanan masyarakat. Ikon Tribun Timur terletak pada halaman pertama, bagian atas atau tepat

melekat di bawah tulisan Tribun Timur. Dari sisi *design*, penempatan tulisan sangat menarik, artistik dan mudah dilihat. Pembaca dapat melihat dan menghafal dengan sangat mudah ikon tersebut. Dengan demikian, ketika kita mendengar atau membaca tulisan Spirit Baru Makassar maka memori kita akan langsung tertuju pada Tribun Timur di Makassar.

Selain desain yang menarik, ikon Tribun Timur memiliki makna yang cukup mendalam. *Spirit Baru Makassar*, dimaknai sebagai sumber inspirasi tentang hal-hal yang baru. Harian tersebut hadir untuk melayani kebutuhan informasi masyarakat modern. Tribun Timur terus berinovatif untuk menjadi pelapor inspirasi kemajuan industri koran. Kehadiran Tribun Timur di Makassar diharapkan dapat menjadi sumber informasi masyarakat secara umum di Sulawesi Selatan.

#### **4. Wilayah Sirkulasi Tribun Timur**

Tribun Timur berkedudukan di Kota Makassar, ibu kota provinsi Sulawesi Selatan. Adapun Wilayah sirkulasi Tribun Timur mencakup dua provinsi yaitu provinsi Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat. Untuk penyebaran koran tersebut menjangkau keseluruhan kabupaten/ kota hingga desa-desa di dua provinsi tersebut. Sedangkan pusat penyebaran Tribun Timur berada di Kota Makassar.

#### **5. Logo Tribun Timur**



**Gambar 3: Logo Koran Tribun Timur**

Sumber: Redaksi Tribun Timur

### **Media Online Tribun Timur**



**Gambar 4: Logo Media Online Tribun Timur**

Sumber: <https://makassar.tribunnews.com/tag/logo>

#### **6. Pemilik Media**

Kompas Gramedia dan Bosowa *Corpration*.

#### **7. Ideologi Media**

Ideologi plural atau ideologi pancasila yang terbuka.

#### **8. Slogan Tribun Timur**

Spirit Baru Makassar.

#### **9. Iklan**

Iklan komersil dan iklan layanan masyarakat.

### **B. Manajemen Media Online Tribun Timur**

Manajemen media adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial maupun sosial, media sebagai institusi komersial maupun sebagai institusi sosial. Media dipelajari, secara lengkap, karakteristiknya, posisi, dan peranannya dalam lingkungan dan sistem ekonomi, sosial, politik tempat media itu berada. Termasuk di sini

mempelajari perkembangan teknologi yang mempengaruhi dan harus diantisipasi oleh manajemen media.<sup>83</sup>

Manajemen media *online* adalah bagaimana pengelolaan media seperti definisi di atas dalam ranah internet. Mulai dari manajemen media yang berkonvergensi, iklan *online* dan sebagainya. Kegiatan manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam perubahan ke media *online* merupakan hal yang mutlak dilakukan oleh Tribun Timur. Karena manajemen media yang dijalankan oleh media *online* tentu memiliki karakteristik berbeda dengan media konvensional, seperti media yang berbasis cetak. Kehadiran internet dan kemajuan teknologi membuat orang bisa mengakses informasi di mana saja secara cepat dan lengkap sesuai kebutuhan dengan teknologi *mobile*.

### 1. Inovasi Konvergensi Media Tribun Timur

Inovasi merupakan ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh manusia atau unit adopsi lainnya.<sup>84</sup> Sedangkan konvergensi media adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan kedalam satu titik tujuan.<sup>85</sup> Konvergensi merupakan sebuah konsep yang lahir terutama karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat. Terdapat banyak kekuatan pendorong di belakang konvergensi dan meningkatnya minat terhadap konsep ini. Dorongan ini meliputi pertama, inovasi teknologi, termasuk meningkatnya internet dan revolusi digital; kedua, deregulasi/ liberalisasi dan

---

<sup>83</sup>Amir Effendi Siregar, dkk, *Potret Manajemen Media di Indonesia* (Yogyakarta: Total Media, 2010), h. 5.

<sup>84</sup>“Difusi Inovasi”, *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Difusi\\_inovasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Difusi_inovasi) (29 Januari 2020).

<sup>85</sup>“Konvergensi Media”, *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi\\_media](https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi_media) (29 Januari 2020).

globalisasi, termasuk privatisasi telekomunikasi dan media di seluruh dunia; ketiga, perubahan selera konsumen dan meningkatnya tingkat kemakmuran konsumen; keempat, standardisasi teknologi; kelima, upaya mencari sinergi; keenam, ketakutan akan tertinggal dan ego yang besar; dan ketujuh, upaya pendistribusian kembali konten media yang lama melalui berbagai bentuk media baru. Jadi inovasi konvergensi media dibutuhkan agar media cetak mampu tetap bersaing di era revolusi industri 4.0 ini. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa inovasi konvergensi media merupakan sebuah ide atau cara baru dalam melakukan penggabungan media-media dengan teknologi informasi yang berkembang saat ini dengan tujuan meningkatkan *readership*, *visitor online*, dan *audiens* produk video-video serta interaksi dengan *netizen*, sehingga media dapat mengirimkan berbagai bentuk konten kepada khlayak.

Sebagai bagian dari Kompas, Tribun Timur tidak memiliki banyak perbedaan dalam hal konten dengan Kompas. Sama halnya dengan Kompas, Tribun Timur juga banyak menyajikan menyajikan berita-berita *hard news* dan *soft news*, seperti politik, olahraga, ekonomi, hiburan, hukum, dan peristiwa. Dengan konten yang kebanyakan berupa *hard news*, Tribun Timur menyasar mayoritas pembacanya adalah masyarakat kalangan menengah ke bawah karena berita-berita yang disuguhkannya berupa berita-berita ringan yang juga memuat konten berita lokal. Adapun pangsa pasar pembaca Tribun Timur saat ini adalah masyarakat yang berada di wilayah Sulawesi Selatan khususnya di Makassar.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, Tribun Timur menyadari bahwa industri media cetak saat ini mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Perkembangan berbagai perangkat teknologi informasi dan kecepatan koneksi internet telah mengubah gaya

hidup masyarakat dalam menerima informasi. Hal tersebut memicu timbulnya gejala-gejala perubahan tingkah laku pembaca yang selama ini mendapatkan informasi melalui media cetak cenderung beralih ke media digital. Seperti yang dikemukakan oleh AS Kambie:

Makanya jika beberapa tahun setelah terbit dan fokus dicetak setelah dilihat ada gejala-gejala perubahan tingkah laku pembaca koran, kita segera beradaptasi dengan situasi itu dan segera berinovasi ke digital, ke *online*, nah itulah yang kita nikmati sekarang.<sup>86</sup>

Ekosistem media cetak saat ini memang mengalami banyak perubahan sejak kehadiran internet. Namun, untuk memahami eksistensi media media cetak, Tribun Timur tidak cukup dengan hanya mengerti perkembangan teknologi informasi. Tribun Timur harus melakukan pengkajian mendalam untuk melakukan sebuah perubahan, bukan hanya dari bentuk media, melainkan juga redaksi sebagai pemegang aktivitas kunci, konten yang diproduksi, hingga model bisnis untuk mendukung keberlangsungan sebuah media cetaknya. Maka dari itu, Tribun Timur mengadopsi teknologi media baru atau *new media* dalam sistem pengelolaan medianya dengan membentuk *platform online* dan divisi khusus yang menangani media tersebut. Sehingga Tribun Timur dapat melakukan penyesuaian diri untuk mengarah ke bisnis digital dengan melakukan transformasi ke media *online*. Tribun Timur melihat bahwa media *online* memiliki kelebihan jika dibandingkan dengan media konvensional pada umumnya. Ada beberapa kelebihan yang dimiliki media *online* diantaranya:

- a. Untuk membuatnya sangat murah dan mudah dibanding mendirikan media *offline* seperti koran.

---

<sup>86</sup>AS Kambie (43tahun), Manajer Produksi, *Wawancara*, Makassar, 13 Januari 2020.

- b. Media *online* sangat cepat menyajikan informasi terbaru, berbeda dengan media *offline* yang harus menunggu keesokan harinya baru bisa dibaca publik. Untuk mengakses media *online* juga mudah dan cepat, cukup dengan menggunakan *smartphone* sudah bisa langsung membaca beritanya. Hal tersebut berbeda dengan koran yang harus pesan dan membelinya.
- c. Media *online* bisa diakses dimanapun bahkan di laut lepas atau di pedalaman asalkan ada sambungan internet atau sinyal ponsel.
- d. Berbeda dengan media *offline* yang hanya dibaca sekali atau beberapa waktu yang bisa rusak atau hilang. Media *online* bisa bertahan lama selama mampu menghidupkan manajemen medianya.
- e. Ruang lingkup pemberitaan luas dan pembacanyapun besar. Halaman media *online* sangat luas dan berlapis, sehingga bisa menjangkau segmen pembaca yang seperti apapun dari segala macam usia dan latar belakang sosial budaya.
- f. Media *online* lebih interaktif. Jika dibandingkan dengan model interaksi antara redaksi media cetak dan media *online* yang bisa langsung *online* pada waktu yang bersamaan.
- g. Media *online* lebih minim resiko dan kerugian.
- h. Menyampaikan berita dalam bentuk teks, gambar, suara dan video sekaligus.
- i. Bisa diunduh dan dicopy oleh pembaca sehingga manfaatnya bisa lebih banyak.

Selain itu, pada media *online*, tim kerjanya lebih efisien karen tidak terlalu memerlukan tim besar seperti di media cetak. Hal ini dilakukan Tribun Timur sebagai jawaban atas tantangan zaman dengan tetap menjaga nilai-nilai jurnalisme. Seperti yang dikemukakan oleh Aqsa Riandy Pananrang:

Menyesuaikan itu artinya beradaptasi dengan anak-anak muda dengan kebiasaan itu, tetapi bukan dalam bentuk pemberitaan cetak selama ini artinya

Tribun bertransformasi mengikuti tanda kutip selera pembaca tanpa meninggalkan apa-apa yang menjadi fundamental dasar jurnalistik yang telah Tribun bangun sebelum ada *online* melalui cetak itu.<sup>87</sup>

Sebagai media massa yang mengikuti *trend* global dan perkembangan teknologi informasi, Tribun Timur telah memiliki dua versi yakni versi cetak dan versi *online*. Itu artinya di dalam manajemennya Tribun Timur telah berinovasi konsep konvergensi media. Hal tersebut dilakukan Tribun Timur karena kebutuhan yang tidak bisa dihindarkan perusahaan media, guna memenangkan kompetisi pasar yang sengit. Inovasi konvergensi media yang dilakukan oleh Tribun Timur adalah integrasi dan penggabungan kekuatan medium-medium komunikasi dan produk bisnis kita baik cetak, *online*, audio video. Tujuannya secara bersama-sama meningkatkan *readership*, *visitor online*, dan *audiens* produk video-video serta interaksi dengan *netizen*. Konvergensi media koran Tribun Timur merupakan bagian dari manajemennya sejak tahun 2004. Dalam hal ini inovasi konvergensi media Tribun Timur yakni mendistribusikan beritanya lewat media cetak juga dengan media *online* yang mana mesin penggerakannya adalah internet. Dapat dikatakan bahwa Tribun Timur memanfaatkan jaringan internet dalam mengembangkan medianya, karena pesatnya perkembangan internet telah mendorong masyarakat untuk mengakses media *online* secara mudah melalui *smartphone*. Perlu diketahui bahwa media *online* Tribun Timur dibuat bukan untuk menggantikan media cetaknya dan beralih total ke media *online*, melainkan ingin membuat pilihan untuk para pembacanya. Seperti yang dikemukakan oleh AS Kambie:

Sebenarnya kita tidak mau menggantikan koran, kita mau membuat semacam alur, memberikan semacam pilihan kepada pembaca apakah dia mau langganan koran saja atau karena tidak terjangkau sirkulasi koran, dia mau ambil digitalnya saja, atau mau dua-duanya. Kemudian digitalnya juga bukan sebuah

---

<sup>87</sup>Aqsa Riandy Pananrang (36 tahun), Wartawan, *Wawancara*, Makassar, 4 Februari 2020.



produk yang berbeda dengan korannya, tetapi merupakan ekstensi dari koran itu sendiri.<sup>88</sup>

Inilah bentuk inovasi yang dilakukan oleh Tribun Timur di era revolusi industri 4.0. Oleh karena itu, Tribun Timur kedepannya tidak hanya mengelolah bisnis media cetak akan tetapi juga mengelolah media *online*. Agar tidak perlu terlalu banyak merekrut pekerja, Tribun Timur juga sudah mengalihkan Sumber Daya Manusia-nya (SDM) kesana. Hal ini berbeda dengan media cetak lainya yang belum bertrasfomasi ke media *online*, karena meraka masih menganggap media *online* hanya buang-buang waktu untuk dikelola dan masih fokus pada media cetaknya saja. Padahal Tribun Timur disini sudah serius menggarap media *online*. Sehingga Tribun Timur menjadi pionir dalam mengembangkan media *online* tersebut agar dapat menambah bentuk medianya selain koran. Seperti yang dikemukakan oleh AS Kambie:

Ketika media-media cetak lainnya masih menganggap digital atau *online* itu hanya buang-buang waktu untuk dikelola, Tribun Timur sudah mengalihkan sebagian sumber dayanya untuk mengelola itu dan itu yang bisa kita lihat sekarang hasilnya dan Tribun Timur menjadi pionir di grup Kompas untuk pengembangan media *online* yang belakangan juga Kompas akhirnya sadar dan juga meluangkan dan merelokasi sebagian besar sumber daya manusianya untuk mengelola *online*.<sup>89</sup>

Perkembangan media yang mengarah pada penggunaan media baru, tidak serta merta menghilangkan media dengan *platform* konvensional namun tanpaknya mengalami proses integrasi dengan memunculkan model bisnis baru, misalnya bisnis media cetak dikembangkan dengan *e-paper*, media sosial, portal berita dan media *online* lainnya. Sebelum lebih jauh, penulis ingin menegaskan bahwa harian Tribun Timur dan Tribun Timur.com bukan dua media yang berbeda. Harian Tribun dan

---

<sup>88</sup>AS Kambie (43tahun), Manajer Produksi, *Wawancara*, Makassar, 13 Januari 2020.

<sup>89</sup>AS Kambie (43tahun), Manajer Produksi, *Wawancara*, Makassar, 13 Januari 2020.

Tribun Timur.com merupakan satu media dengan satu *newsroom*, satu pemimpin redaksi, satu kebijakan, dengan dua versi yang berbeda yakni cetak dan *online*. Perlu diketahui, bahwa meskipun memiliki sedikit sumber daya manusia, namun dengan satu redaksi (*newsroom*) Tribun Timur dapat mengerjakan banyak *platform* media. Inilah yang membuat kolaborasi dan koneksi antara media cetak dan media *online* saling bersinergi, sehingga dalam konvergensi ini Tribun Timur lebih menekankan unsur efisiensi dan efektivitas Tribun Timur. Hal ini dapat kita lihat bahwa mediamorfosis dari konvensional menjadi *online* memiliki daya tarik yang kuat di tengah masyarakat khususnya masyarakat metropolitan, hingga mempengaruhi pola konsumsi media.

Dengan inovasi konvergensi media ini dapat menjadi sumber penunjang Tribun Timur seperti *capital* (pemasukan iklan, *omzet* sirkulasi dan lain-lain), *content* (isi), *audience* (khalayak sasaran). Dari ketiga sumber tersebut, *capital*, khususnya pemasukan dari sektor iklan merupakan sumber penunjang yang utama. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi informasi, media massa mulai mempertimbangkan *audience* atau khalayak. Sehingga dapat diketahui bahwa dengan inovasi konvergensi media Tribun Timur saat ini dapat meningkatkan jumlah *visitor* Tribun Timur, yakni pada tahun 2019 pembaca Tribun Timur mencapai 464,8 juta. Adapun pembaca Tribun Timur versi cetak tahun 2019 berdasarkan hasil survei Nielsen mencapai 250 ribu pembaca. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa manajemen Tribun Timur dalam melakukan inovasi konvergensi media dalam mendistribusikan beritanya dalam bentuk cetak dan *online* dapat menarik minat pengiklan. Oleh karena itu, jika dilihat dari sisi bisnis Tribun Timur dapat meraih

keuntungan yang cukup besar dengan menambah kue iklannya dari inovasi konvergensi media ini.

## **2. Manajemen Redaksional Tribun Timur**

Pada penelitian ini, penulis menganalisa manajemen media *online* pada Tribun Timur yang tidak terlepas dari manajemen redaksionalnya. Manajemen redaksional merupakan elemen yang penting dalam perusahaan media, dengan adanya manajemen yang baik maka tujuan perusahaan dapat tercapai. Sebab, persaingan antar perusahaan media saat ini menuntut pihak redaksi untuk mengamati khalayak dan mengembangkan konten berita dengan inovasi yang baru. Sehingga manajemen redaksional diperlukan oleh Tribun Timur untuk mengikuti *trend* yang ada dan memunculkan inovasi-inovasi baru khususnya dalam media *online*. Dengan demikian, Tribun Timur dapat memproduksi berita yang baik dan nantinya akan disebarluaskan kepada khalayak. Karena *trend* dan inovasi akan menjadikan media *online* Tribun Timur berbeda dengan media-media *online* lainnya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan, ditemukan bahwa manajemen redaksional pada Tribun Timur terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Ada pun perinciannya sebagai berikut:

### **a. Perencanaan (*Planning*)**

Tahap awal dalam melakukan sebuah kegiatan ialah perencanaan. Perencanaan merupakan hal yang sangat penting karena dengan adanya perencanaan yang baik maka tujuan akan tercapai. Perencanaan adalah pemilihan serangkaian kegiatan dan keputusan selanjutnya apa yang dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh

siapa.<sup>90</sup> Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, Tribun Timur menjalankan fungsi perencanaan dalam manajemen redaksionalnya dengan cara melakukan rapat redaksi yang meliputi penjadwalan liputan, *budgeting*, desain *layout*, dan menentukan tujuan peliputan. Seperti yang dikemukakan oleh AS Kambie:

Rapat redaksi merupakan hal yang pertama yang dilakukan sebelum memulai kegiatan di lapangan. Pada rapat tersebut akan ditentukan jadwal liputan, *budgeting*, desain *layout*, tujuan peliputan mana berita yang cocok untuk di tempatkan di halaman dalam dan *headline*. Pada penjadwalan dilakukan pada desk dan masing-masing desk mempunyai wartawan kecuali desk nasional itu dari Tribunnews. Jadi sehari sebelum kejadian para redaktur melakukan *planning* penyusunan liputan apa yang di agendakan besok dan menentukan liputan apa dan di mana lokasi liputannya. Hasil *planning* tersebut kemudian disampaikan kepada redaktur, reporter, dan fotografer yang akan melakukan liputan dengan melakukan koordinasi dengan menggunakan grup *whatsapp* yang sudah ada.<sup>91</sup>

Penjadwalan yang dilakukan oleh Tribun Timur sesuai dengan agenda-agenda yang direncanakan pada saat rapat dan juga sesuai dengan orderan atau surat yang masuk. Surat yang masuk ke redaksi dicatat dan diagendakan melalui sekretaris redaksi yang ada di sekretariat. Kemudian koordinasi yang dilakukan antara *news manager* (koordinator liputan) dengan wartawan dilakukan via grup *whatsapp* saat ini. Koordinasi tersebut merupakan cara Tribun Timur dalam memanfaatkan teknologi di era revolusi industri 4.0 ini, agar memudahkan wartawan melakukan komunikasi dalam hal peliputan. Seperti yang dikemukakan oleh Aqsa Riandy Pananrang:

Biasa kan pada saat rapat sudah ada agenda-agenda sore itu sudah teragendakan sudah direncanakan ada undangan masuk kita agendakan ada *order* masuk kita agendakan di situ finishingnya di malam mungkin sekitar jam 10, jam 11 malam sampai tidak ada agenda lagi. Terus pencatatannya itu kan

---

<sup>90</sup>Usman Effendi, *Asas Manajemen*, h. 79.

<sup>91</sup>AS Kambie (43tahun), Manajer Produksi, *Wawancara*, Makassar, 13 Januari 2020.

kita ada sekret juga untuk pencatatan agenda-agenda liputan yang sudah kita bahas sore itu termasuk nanti malam nanti sekretaris redaksi yang buat agendanya. Terus malam sekitar jam 10, jam 11 malam koordinator liputan, kita kan ada buat grup *whatsapp*, nah itu share di situ terkait agenda penugasan masing-masing reporter.<sup>92</sup>

Perencanaan selanjutnya yang dijalankan oleh Tribun Timur adalah perencanaan *budgeting* yang dilakukan setiap hari di rapat *budgeting*. Rapat *budgeting* ini bisa dibilang sebagai perencanaan baik dari segi konten maupun sumber pendanaan agar bisa mencapai tujuan. Rapat *budgeting* yang dilakukan oleh Tribun Timur ini membahas konten yang layak naik di cetak maupun di *online* agar khlayak tertarik untuk membaca berita di Tribun Timur. Selanjutnya perencanaan desain lebih menitikberatkan kepada penyusunan rencana terhadap *layout* dan tampilan perwajahan dari Tribun Timur itu sendiri. Dalam perencanaan desain, redaksi menentukan beberapa hal yang seringkali menjadi pembahasan yaitu tentang pemecahan kolom tulisan, penentuan letak *headline*, peletakan gambar, foto, video, animasi dan lain-lain. Selain itu, perencanaan lain yang dilakukan oleh Tribun Timur yaitu mengenai tujuan dari peliputan tersebut. Tribun Timur menetapkan tujuan bahwa informasi yang diproduksi oleh mereka selain layak jual juga harus berguna untuk masyarakat. Tujuan dari ini agar masyarakat juga bisa merasakan tidak hanya informasi namun juga bisa mengetahui solusi sehingga masyarakat pun ikut tergerak oleh informasi tersebut. Kemudian untuk perencanaan judul berita, Tribun Timur mewajibkan judul berita tidak boleh sama pada media cetak dan media *online* Tribun Timur. Karena judul berita itu penting dan menjadi daya tarik utama pembaca, maka berita yang sama dengan judul yang berbeda dibuat supaya ada perbedaan antara berita yang disajikan di cetak maupun di *online*. Oleh karena itu, berita-berita yang

---

<sup>92</sup>Aqsa Riandy Pananrang (36 tahun), Wartawan, *Wawancara*, Makassar, 4 Februari 2020.

disajikan di media cetak dan *online* Tribun Timur bisa sama-sama dibaca oleh khlayak meskipun memiliki perbedaan yang sedikit. Seperti yang dikemukakan oleh Jumadi Mappanganro:

Kita mewajibkan judul yang ada dicetak itu tidak boleh sama dengan judul yang ada di *online*, kenapa? kalau sama judulnya ngapain orang beli lagi print. Itu cara kami memberikan perbedaan supaya kalau langganan *online* silahkan membaca beritanya dan pembaca Tribun cetak juga silahkan, tapi kalau baca juga koran minimal ada perbedaannya supaya sama-sama bisa laku, karena kalau sama di *online* ngapain lagi beli koran, maka kita buat ada perbedaan walaupun mungkin perbedaannya itu sedikit.<sup>93</sup>

Selain itu, sebagai integrasi awal setiap hari manajer digital memberikan tugas kepada reporter dan editor secara rutin. Kemudian redaktur diberi tanggung jawab untuk mengisi informasi di berbagai kanal pemberitaan di media *online* Tribun Timur. Sedangkan reporter di beri tugas liputan di berbagai tempat terkait isu daerah Sulawesi Selatan. Seperti yang dikemukakan oleh Mansur Amirullah:

Reporten kami tempatkan di beberapa tempat sesuai dengan desknya masing-masing. Ketika ada informasi yang lagi viral, saya langsung komunikasikan salah satu reporter saya untuk langsung melakukan peliputan terhadap informasi yang viral itu. Reporter harus siap walaupun misal dibebankan tugas peliputan bukan pada desknya.<sup>94</sup>

Oleh karena itu, pada tahap ini para Manajer menegaskan bahwa perencanaan merupakan komponen utama yang menempati bagian terpenting dalam proses pemberitaan di Tribun Timur. Baik buruknya proses produksi berita juga sangat ditentukan oleh perencanaan awalnya telah dikonsep dalam bentuk (*outline*) berupa pembagian tugas pencarian berita hingga berita siap akses. Sehingga tahapan ini bisa ditempatkan sebagai titik awal munculnya strategi dari pemilihan isu pemberitaan. Dengan demikian dapat diketahui bahwa di dalam manajemen Tribun Timur sebelum

---

<sup>93</sup>Jumadi Mappanganro (42 tahun), Koordinator Liputan, Wawancara, Makassar, 21 Januari 2020.

<sup>94</sup>Mansur Amirullah (38 tahun), Manajer Digital, Wawancara, Makassar, 20 Januari 2020.

memproduksi berita kepada khalayak terlebih dahulu melakukan perencanaan yang matang seperti yang telah dijelaskan di atas.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Setelah rencana-rencana disusun, maka tugas selanjutnya adalah mengorganisasi sumber-sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Tahap ini disebut dengan pengorganisasian karena merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimilikinya, dan lingkungan yang melingkupinya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, bahwa redaksi melakukan fungsi pengorganisasian dalam manajemen redaksionalnya, yaitu dengan menentukan struktur redaksi dan menentukan *job description* masing masing. Tribun Timur menentukan struktur redaksinya seperti pada media lainnya. Struktur redaksi ini terdiri dari pemimpin redaksi yang mengawasi dan bertanggung jawab atas semua kegiatan redaksi Tribun Timur. Pemimpin Redaksi diharuskan orang berpengalaman dan sudah lama dalam dunia jurnalistik, untuk itu pemilihan Dahlan Dahi sebagai Pemimpin Redaksi Tribun Timur sudah sangat tepat menurut penulis. Saat ini Dahlan Dahi diangkat menjadi Chief Digital Officer (CDO) Kompas Gramedia. Dahlan Dahi sekaligus Pimpinan Redaksi dan Direktur Tribunnews.com akan membawahi unit media berbasis digital di KG Media yakni Kompas.com, Kompas TV, Kontan.co.id, Tribunnews.com, dan, Grid Network. Lalu ada Manajer Produksi ditempati oleh AS Kambie. Lalu ada Manger Berita yang saat ini ditempati oleh Jumadi Mappanganro.

Tribun Timur memiliki struktur organisasi, untuk tim kerja sudah di atur di dalam struktur seperti:

Penerbit: PT Bosowa Media Grafika

Pemimpin Umum: Andi Suruji

Pemimpin Redaksi: Dahlan Dahi

Wakil Pemimpin Redaksi 1: Ronald Ngantung

Wakil Pemimpin Redaksi 2: Nur Thamzil Thahir

Manajer Produksi: AS Kambie

Manajer Digital: Mansur Amirullah

*News Manager/ Koordinator Liputan:* Jumadi Mappanganro

Editor:

Ina Maharani Sri Istianingtyas, Muh Irham, Arif Fuddin Usman, Aqsa Riandy Pananrang, Imam Wahyudi, Hasriyani Latief, Suryana Anas, Edi Sumardi, Ilham Mulyawan, Mahyuddin Malik, Anita Kusuma Wardhana, Wa Ode Nurmin, Rasni Gani, Ilham Arsyam, Asrul, Sakinah Sudin, Munawwarah Ahmad, Ansar Lempe, Sudirman

Reporter:

Syamsul Bahri, Abdul Aziz Alimuddin, Muh Hasim Arfah, Hasan Basri, Risaldy Irawan, Sukmawati Ibrahim, M Fadlhy Ali, Alfian, Fahrizal, Mulyadi, Desi Triana Aswan, Nur Fajriani R, Wahyu Susanto, Amiruddin, Andi Muhammad Ikhsan WR (Maros), Ari Maryadi (Gowa, Takalar, Jeneponto), Chalik Mawardi (Luwu Utara) , Firki Arisandi (Bulukumba), Gusnadi (Sidrap), Hamdan Soeharto (Palopo), Hardiansyah A Gunawan (Wajo), Hery Syahrullah (Pinrang), Ikbil Nurkarim (Jeneponto), Ivan Ismar (Lutim), Bone), Muh Azis Albar (Enrekang), Risnawati



(Toraja Utara), Tomy Paseru (Toraja), Nurhadi (Sulbar), Samuel Mesakaraeng, Rudi Salam, Ismail Suransi, Sayyid Zulfadli, Muh Rakib, Kaswadi Anwar

Fotografer & Desainer:

Alim Bahri, Muhammad Abdiwan, Sanovra JR, Muhlis, Muh Asrar, Hardiansyah

GM Bisnis : Ciptyantoro

Vice GM Bisnis: Yunitra

Manajer Iklan: Dedy Pakiding

Manajer Sirkulasi: Abdul Haris

Manajer SDMU: Sony Maryanto

Adapun deskripsi kegiatannya adalah manajer produksi dan redaktur tugasnya bertanggung jawab dalam penempatan *headline* bagaimana halaman tersebut menjadi menarik. Kordinator Liputan. Mengkoordinasi dan mengawasi tugas peliputan dan penulisan, mengedit, dan mengoreksi hasil penulisan wartawan maupun menulis artikel tertentu agar peliputan berita sesuai dengan rapat perencanaan. Sekretaris Redaksi, melakukan kegiatan-kegiatan kesekretaritan redaksi. Redaktur membuat perencanaan harian atau mingguan, mengatur, mengkoordinasi dan mengawasi tugas peliputan dan penulisan, mengedit dan mengoreksi hasil penulisan wartawan maupun menulis artikel tertentu agar pemuatan berita sejalan dengan hasil rapat perencanaan. Reporter dan fotografer mencari dan menulis berita atau foto dengan cara melakukan peliputan, wawancara narasumber, dan menterjemahkan sesuai dengan penugasan dari redaktur. Dengan demikian dapat diketahui bahwa tujuan dari pengorganisaasian ini adalah memantau kinerja para staf redaksi berdasarkan desk masing-masing dengan baik, dimana tim redaksi lebih sering mengandalkan teknologi melalui interaksi.

Perlu diketahui bahwa, pada media *online* Tribun Timur memegang peran penting, terbentuk atas tugas dan jabatan masing-masing personil. Hal ini dapat mempengaruhi proses pengolahan materi pemberitaan yang dipimpin oleh manajer digital yang setara dengan tugas pemimpin redaksi. Terkait dengan masalah pengorganisasian dari sebuah media yang terbagi atas dua bagian besar yaitu bisnis dan redaksi.<sup>95</sup> Pada bagian bisnis mempunyai tugas terkait dengan pemasaran atau marketing, sedangkan pada bagian redaksi mempunyai tugas untuk memproduksi berita. Seperti yang dikemukakan oleh Mansur Amirullah:

Media *online* Tribun Timur sejauh ini baru menjalankan struktur bagian redaksi karena pure pada pemberitaan saja. Untuk bisnis hingga saat ini kami sama sekali belum mencari iklan. Adapun iklan atau sponsor yang tampil di *website* yang menjalankan Tribunnews pusat.<sup>96</sup>

Selain itu, tujuan dari pengorganisasian ini adalah memantau kinerja para staf redaksi berdasarkan desk masing-masing dengan baik, dimana tim redaksi lebih sering mengandalakan teknologi melalui intraksi via grup *whatsapp*, namun kedisiplinan terus ditingkatkan secara maksimal. Seperti yang dikemukakan oleh Mansur Amirullah:

Untuk kedisiplinan dari tim redaksi itu bisa dipantau dari sistem *key performance indicator* yang mana itu sebagai pedoman monitoring kinerja tim. Didalamnya berisi peraturan, rapor penilaian individu terkait kualitas dan rekap penilaian tim terkait target, hasil hasil dan pencapaian produksi berita.<sup>97</sup>

Fungsi *key performance indicator* ialah untuk memonitoring semua fungsi organisasi di dalam Tribun Timur yang harus dilaksanakan oleh pimpinan dan para staf redaksi sesuai dengan strukturnya masing-masing. Tahapan pengorganisasian

---

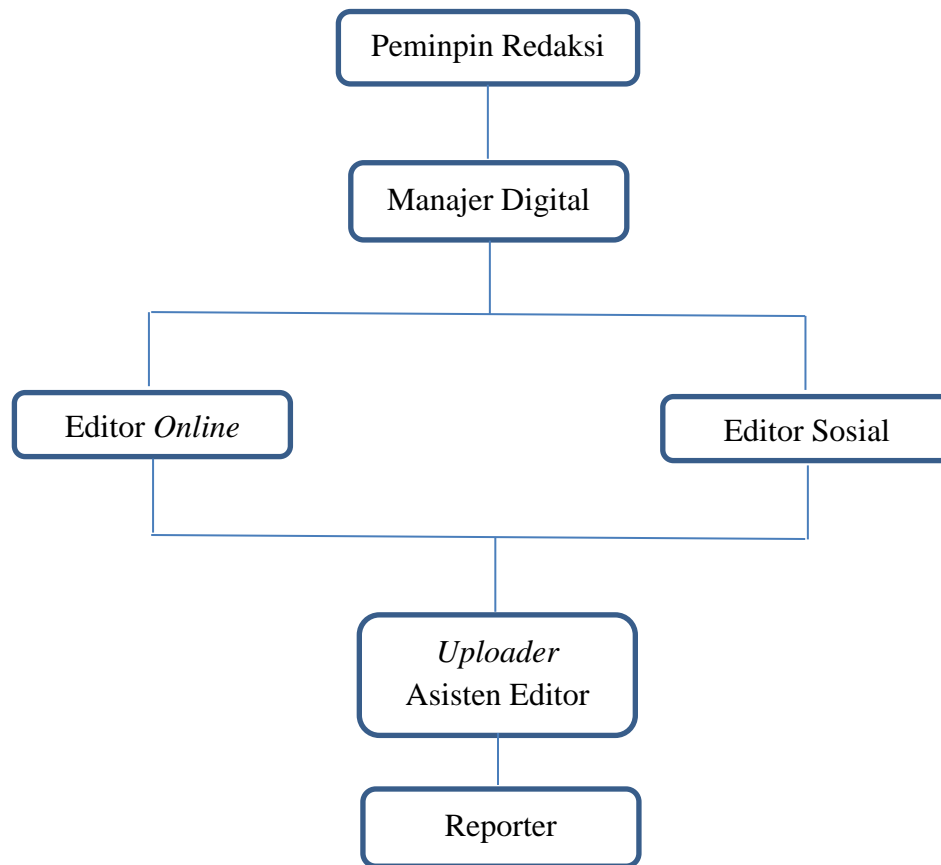
<sup>95</sup>Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, h. 22.

<sup>96</sup>Mansur Amirullah (38 tahun), Manajer Digital, *Wawancara*, Makassar, 20 Januari 2020.

<sup>97</sup>Mansur Amirullah (38 tahun), Manajer Digital, *Wawancara*, Makassar, 20 Januari 2020.

Tribun Timur menunjukkan kendali manajer digital yang mana jabatannya setara dengan pemimpin redaksi sesuai dengan standar *key performance indicator* yang berisi penilaian kinerja reporter dan editor dengan sistem pemantauan. Berikut ini adalah struktur organisasi media *online* Tribun Timur antara lain:

**Struktur Organisasi Media *Online* Tribun Timur**



**Gambar 5: Struktur Organisasi Media *Online* Tribun Timur**

Sumber: Redaksi Tribun Timur

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Dalam tahap ini semua bagian bekerja sesuai dengan perencanaan dan pengorganisasian yang telah disusun. Tahapan ini merupakan tahapan yang sangat

penting pada manajemen redaksional Tribun Timur, karena adanya pelaksanaan atau pengarahan, maka proses pencarian materi pemberitaan diawali dengan dengan kegiatan peliputan yang dilakukan oleh reporter. Pada tahap pelaksanaan inilah kemudian setiap perencanaan yang telah di buat akan diaplikasikan ke dalam kegiatan yang sesungguhnya. Setiap teori yang telah dirancang harus dipraktekkan dalam bentuk nyata sebuah pelaksanaan kegiatan yang terorganisir hingga tahap akhir guna meraih tujuan yang diharapkan dan sesuai dengan yang telah direncanakan.

Berdasarkan hasil observasi yang telah penulis lakukan, bahwa pada manajemen redaksi Tribun Timur, pelaksanaan kegiatan dilakukan sesuai runtunan prosedur yang dimulai dari mencari, mengumpulkan, megelolah dan menyajikan informasi dalam bentuk berita untuk disebarluaskan kepada khalayak. Proses pencarian berita merupakan tahap awal dari sebuah berita, meliputi peliputan berita yang dilakukan oleh reporter yang bertugas di lapangan. Aktivitas peliputan berita dilakukan setelah melewati proses perencanaan dalam rapat redaksi. Khusus untuk liputan insidentil dilakukan oleh koordinator liputan yang di *backup* oleh redaktur. Seperti yang dikemukakan oleh Aqsa Riandy Pananrang:

... liputan insidentil, kalau ada kejadian, peristiwa, dan sebagainya, pagi dan siang hari itu mesti koordinator liputan yang jalankan termasuk *dibackup* sama redaktur. Radaktur ini kan membawahi langsung per desk ada koordinator liputan, nah itu yang membawahi semuanya, jadi dia yang menugasi reporter di lapangan.<sup>98</sup>

Setelah proses peliputan berita selesai kemudian berita di kirim ke email redaksi untuk selanjutnya diseleksi oleh editor. Disini ada dua editor yang bekerja, ada editor cetak dan ada juga editor *online*. Editor cetak juga merangkap sebagai

---

<sup>98</sup>Aqsa Riandy Pananrang (36 tahun), Wartawan, *Wawancara*, Makassar, 4 Februari 2020.

editor di *online*. Karena berita yang dikirim oleh reporter sudah dibuat dengan konsep *online*, kecuali berita yang sifatnya eksklusif. Maka dari itu waktu penyeleksian berita yang dibutuhkan oleh seorang editor sekitar lima sampai delapan menit lalu dimuat di *online*. Selain itu, berita yang sudah dimuat di *online* kembali dimuat di cetak setelah diolah kembali oleh editor cetak. Seperti yang dikemukakan oleh Jumadi Mappanganro:

Kalau di sini itu semua berita yang dibuat oleh wartawan dengan konsep *online*. Karena itu semua berita yang dibuat oleh wartawan baik bentuk teks, foto, maupun video. Jadi berita yang dibuat oleh wartawan itu bentuk teks, foto, video itu pertama dikirim untuk kebutuhan *online* jadi formatnya bentuk *online*, terkecuali di khususkan berita yang eksklusif yaitu tidak banyak orang tahu dan daya magnitudnya kuat itu disimpan khusus di cetak supaya ada perbedaan antara di *online* dan di cetak. Selain berita eksklusif semua itu dimuat di *online*. Lalu bagaimana berita yang ada di cetak? nah di sini kan ada dua editor, ada editor *online* dan ada editor print cuman kan kerjanya editor cetak juga biasa mengerjakan juga *online* sebagian tenaganya dipakai juga untuk *online* tapi mereka ini editor print mengolah lagi berita-berita yang sudah dimuat di *online* atau yang dikumpulkan wartawan di lapangan untuk *online* itu dijahit. Jadi ada satu isu, mungkin ada tiga atau empat beritanya, di *online* objek yang sama kejadian yang sama tapi ada beberapa beritanya di *online*, kemudian editor print itu mengolah beritanya dan menjahit menjadi satu berita. Biasanya mungkin bisa judulnya lebih pendek, lebih dalam, dan lebih aikecing atau gampang dilihat rututan kejadiannya terus adami juga foto kalau video kita biasa hanya memajang linknya karena kalau tidak bisa di print pakai barcode itu saja.<sup>99</sup>

Selanjutnya, untuk varian berita Tribun Timur masih fokus pada berita politik, olahraga, ekonomi, dan hiburan. Karena pada umumnya varian berita seperti ini sangat menarik perhatian khlayak untuk menerima berita atau informasi. Sedangkan penulisan berita di Tribun Timur memuat unsur 5W+1H sebagai unsur mutlak dalam jurnalisme. *Who* (Siapa yang pegang peranan), *what* (apa peristiwanya), *when* (bilamana peristiwanya terjadi), *where* (dimana peristiwa

---

<sup>99</sup>Jumadi Mappanganro (42 tahun), Koordinator Liputan, *Wawancara*, Makassar, 21 Januari 2020.

terjadi), *why* (mengapa peristiwa itu terjadi) dan *how* (bagaimana peristiwa itu terjadi). Kemudian ditambah dengan 3E yakni *education* (mendidik), *empowering* (memberdayakan), dan *enlighting* (mencerahkan). Selanjutnya Tribun Timur juga memiliki gaya bercerita *human interest*, dan gaya *on the spot*. Untuk variasi beritanya tidak terlalu jauh berbeda antara media cetak dengan media *online* Tribun Timur. Sehingga konsep jurnalisme Tribun Timur tetap dipakai dalam penyajian berita. Seperti yang dikemukakan oleh Thamzil Thahir:

Varian beritanya itu lebih banyak main di berita *news* pokoknya masih *news* variasi berita di politik, olahraga, ekonomi, dan hiburan. Variasi berita itu lebih ke cara penyajian rubrikasi. Jadi rubrikasinya kita pilih dalam bentuk gaya berita 5W+1H, kemudian gaya bercerita *human interest*, kemudian yang terakhir ini gaya *on the spot* yang video-video. Sekarang semua beritanya Tribun itu harus ada videonya, nah jadi variasi jenisnya tidak jauh beda yang tadi itu. Kalau variasi keragaman medium kita jadi mulai teks, foto, sama video. Sehingga ini tidak terlalu jauh berbeda antara cetak sama *online*. Karena cetak dan *online* itu kan hanya tentang medium saja jadi berpindah medium dari kertas ke digital. Jadi konsep jurnalisme tetap kita pakai dalam penyajian berita.<sup>100</sup>

Karena pada dasarnya media cetak dan media *online* Tribun Timur itu sama, dan yang membedakan itu hanya mediumnya saja, maka secara keseluruhan penyajian berita di Tribun Timur baik cetak maupun *online* juga sama yakni harus ada peristiwa. Meskipun memiliki konten yang sama, namun memiliki perbedaan cara pengemasan berita di cetak dan di *online*. Berita di *online* lebih memancing, lebih panjang, dan lebih menggoda. Sedangkan di cetak beritanya pendek-pendek karena memiliki *space* yang terbatas. Judul yang panjang dibuat menjadi pendek, cerita yang panjang dibuat menjadi cerita yang sederhana supaya pembaca dengan waktu membaca sedikit bisa mendapatkan keseluruhan isi berita. Berdasarkan hasil

---

<sup>100</sup>Thamzil Thahir (46 tahun), Wakil Pemimpin Redaksi 2, *Wawancara*, Makassar, 9 Januari 2020.

wawancara penulis dengan Jumadi Mappanganro:

Secara umum sama bahwa harus ada peristiwa, liputanya juga beragam bidang ada politik, hukum dan kriminal, ekonomi, dan olahraga secara umum sama hanya yang berbeda cara mengemasnya saja. Sebenarnya kalau di *online* itu jauh lebih memancing, lebih panjang, juga lebih menggoda, kalau diprint dia betul-betul sangat pendek maksimal enam kata kalau di *online* kan bisa panjang karena leluasa, kalau di print tempatnya terbatasi, karena kolomnya terbatas enam kata. Jadi betul-betul butuh kemampuan bagaimana membuat judul yang panjang menjadi pendek tetapi tetap punya daya tarik juga. Dan biasanya kita itu menyederhanakan cerita yang panjang menjadi cerita yang sederhana supaya pembaca dengan waktu membaca sedikit bisa mendapatkan keseluruhan cerita itu.<sup>101</sup>

Untuk proses *update* berita, Tribun Timur selalu meng-*update* berita dari menit ke menit sesuai isu yang diberitakan. Hal tersebut dilakukan untuk mengejar target pembaca setiap harinya. Namun, ada beberapa berita yang masih dapat dibaca di *timeline* berita Tribun Timur. Karena Tribun Timur masih menyediakan berita yang sudah tampil namun bisa dibaca lagi oleh pembaca meski sudah bukan menjadi *headline*. Seperti yang dikemukakan oleh Aqsa Riandy Pananrang:

Kalau di *online* itu dalam tanda kutip kesibukan dan pembahasannya sangat cepat bahkan tiap menit itu berita. Misanya jam delapan pagi, *online* dapat misal 10.000 pembaca di jam 2 siang dia jadi 3.000 turun 7.000 jadi teman-teman berdiskusi lagi untuk menggenapkan misal target untuk hari ini sekian pembaca berarti harus ada yang disiapkan peluru di jam 3 jam 4 jam 5 sampai tengah malam untuk menaikkan lagi 10.000 pembaca. Jadi maksud dari peluru-peluru tadi itu adalah berita-berita atau konten-konten.<sup>102</sup>

Hal tersebut merupakan inovasi pada langkah strategi Tribun Timur dalam menjajemennya untuk mendapatkan *visitor* yang sebanyak-banyaknya dalam perharinya, sehingga dapat meningkatkan performa Tribun Timur. Jadi dalam ekosistem media yang berubah ini, media cetak Tribun Timur telah terkoneksi dengan media *online*-nya. Karena inovasi yang telah dilahirkan oleh Tribun Timur

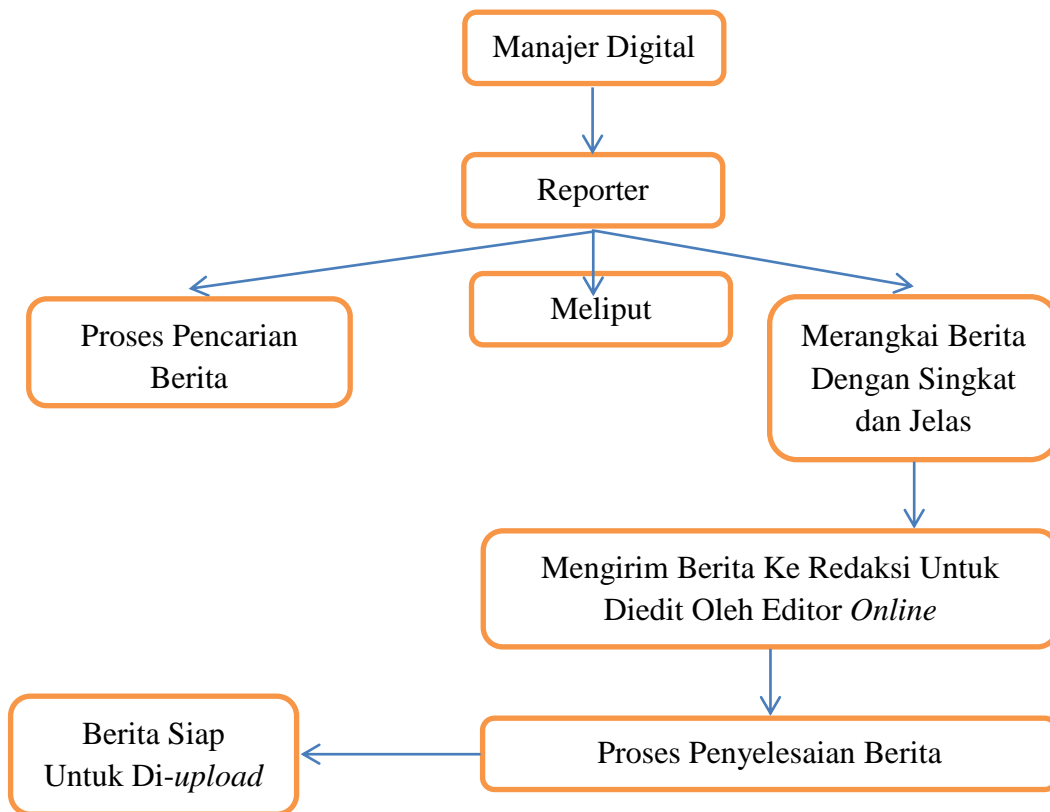
---

<sup>101</sup>Jumadi Mappanganro (42 tahun), Koordinator Liputan, Wawancara, Makassar, 21 Januari 2020.

<sup>102</sup>Aqsa Riandy Pananrang (36 tahun), Wartawan, Wawancara, Makassar, 4 Februari 2020.

tidak hanya membantu pembaca, akan tetapi juga membantu media cerak Tribun Timur dalam memberi pengiklan jangkauan dan dampak lintas media. Tidak hanya itu, dalam inovasi Tribun Timur alur penyajian berita pada proses kerja redaksi yang sebelumnya dilakukan di media cetak berbeda dengan yang dilakukan pada media *online* Tribun Timur. Adapun proses kerja redaksi media *online* Tribun Timur terkait dengan penyajian berita sebagai berikut:

#### **Alur Penyajian Berita Media *Online* Tribun Timur**



**Gambar 6: Alur Penyajian Berita Media *Online* Tribun Timur**

Sumber: Olah Data Hasil Observasi dan Wawancara



Selain itu, Tribun Timur memiliki strategi dalam menjalankan fungsi pelaksanaan pada manajemen redaksinya antara lain:

#### 1) Strategi Pemberitaan Tribun Timur Melalui Media *Online*

Pada dasarnya konsep pemberitaan dari tiap media hampir sama dengan yang lain baik media murni *platform* maupun *multiplatform*. Hasil dari beritapun sama-sama ditulis berdasarkan hasil liputan fakta di lapangan yang dianggap penting dan menarik. Berita yang ditulis oleh reporter kemudian dikirim ke editor *online* untuk dilakukan proses *editing*. Selanjutnya berita disajikan secara *up to date* dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca. Salah satu media *online* yang melakukan hal tersebut adalah Tribun Timur yang sudah cukup lama eksis dan merebut hati pembaca di Kota Makassar. Media *online* ini dikelola oleh tenaga-tenaga handal dan profesional di bidang jurnalistik. Selalu menghadirkan isu-isu pemberitaan yang baru sesuai perkembangan di masyarakat dan ikut mendorong kemajuan Makassar.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, bahwa strategi pemberitaan Tribun Timur antara lain:

##### a) Strategi Keakurasian Berita

Masalah akurasi sangat menentukan kredibilitas media di mata publik. Tidak keakurasian yang banyak muncul di media massa saat ini disebabkan antara lain minimnya cek ricek. Cek dan ricek adalah mengecek dan melakukan ricek kembali kepada sumber berita. Kelalaian pencantuman sumber berita dapat mengakibatkan berita yang disajikan tidak dapat diverifikasi di lapangan. Secara mendasar akurasi mengindikasikan perlunya verifikasi terhadap fakta/ informasi. Seluruh informasi yang diperoleh harus diverifikasi sebelum disajikan. Dari sejumlah parameter yang

digunakan untuk mengukur akurasi, persoalan verifikasi terhadap fakta dan akurasi penyajian menjadi masalah utama di sejumlah media. Verifikasi terhadap fakta menyangkut sejauh mana berita yang ditampilkan berkorespondensi dengan fakta yang benar-benar terjadi di lapangan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, berita-berita yang di-*upload* pada media *online* Tribun Timur menunjukkan bahwa mayoritas berita telah melakukan cek dan ricek kepada sumber berita atau narasumber. Oleh karena itu, sebagian besar berita pada media *online* Tribun Timur akurat, sehingga ada kesesuaian antara judul berita dan isi berita. Akurasi dan kejujuran juga merupakan dasar dari penulisan berita yang baik, mesti mengecek fakta dan menyeimbangkan berita untuk memberikan penjelasan yang benar tentang apa yang terjadi, wartawan Tribun Timur menjalankan pedoman penulisan berita sesuai dengan kaidah-kaidah jurnalistik.

Alur proses pemberitaan media *online* Tribun Timur cukup efisien tanpa meninggalkan tahapan penting. Maka setelah ada penulis yang berfungsi sebagai redaktur atau penerima informasi melalui telepon atau email diperlukan verifikasi sebagai solusi memperkecil kesalahan bahasa (ejaan, kelengkapan kata/ typo, kaidah serta tata bahasa; konteks pemberitaan (kesesuaian materi dengan berita yang dibahas). Setelah unsur ini terpenuhi yaitu sudah melalui verifikasi, maka selanjutnya dimuat atau diposting. Seperti yang dikemukakan oleh Jumadi Mappanganro:

Kita memang tetap memperhatikan akurasi berita karena itu juga prinsip seorang jurnalis harus akurat, cuma memang di *online* itu wajib kita terapkan akurasi, cuman karena kadang kala juga butuh kecepatan sehingga ada beberapa *error* misalnya, okkots, kurang huruf atau kelebihan huruf atau tidak baku karna keburu waktu dan harus cepat posting, sementara kalau di *online* itu hanya satu saja editor dari wartawan langsung satu editor. Sedangkan di print ada beberapa tahapan, setelah di kirim reporter kemudian dilihat oleh editor print, setelah editor print dilihat lagi oleh *layoutter*, setelah di lihat oleh *layoutter*

dibaca *direct corrector* jadi ada beberapa fase yang bisa melihat itu kesalahan. Sehingga sebenarnya kesalahan di print jauh lebih kecil dibandingkan di *online* karena di *online* hanya satu yang melihat dan satu yang mengedit kalau di print ada banyak tahapan, boleh dikata *margin* errornya di print lebih kecil dibanding di *online*. Kalau di *online* satu kali tapis langsung editor dan kalau di print banyak kali tapis, disitu proses kerjanya kalau di *online* singkat tidak sama kalau proses kerjanya di print jauh lebih lama.<sup>103</sup>

Terkait akurasi sumber informasi, wartawan hendaknya melakukan identifikasi kembali sumber-sumber informasi sebelum menyajikan berita. Idealnya penyebutan sumber harus menyebutkan nama, bukan anonim (tanpa nama). Pencantuman nama sumber tidak membuktikan bahwa apa yang dikatakannya itu selalu benar. Hal ini dilakukan jurnalis hanya untuk meletakkan tanggung jawab bahwa benar sumber mengatakan demikian. Para jurnalis sangat memperhatikan kebenaran, tidak berhenti sampai pada pencantuman nama sumber saja, tetapi sering terhalang oleh tekanan *deadline* bila ingin bergerak lebih jauh untuk memverifikasi bahan tulisan itu. Apa yang terjadi oleh sebagian kecil berita pada media *online* Tribun Timur tidak lepas dari tujuannya untuk selalu menjadi media penyedia informasi tercepat. Sehingga disadari bahwa masih terjadi kesalahan dalam penulisan berita. Kesalahan penulisan pada media *online* Tribun Timur masih tergolong kecil. Ini juga diakibatkan karena informasi yang diberitakan ini termasuk berita penting dan berita tersebut hanya diedit oleh satu editor saja.

#### b) Strategi Pemilihan Isu Berita

Pemilihan isu dalam satu pemberitaan menjadi satu kunci penting inti informasi yang akan dikonsumsi publik. Pemilihan isu seringkali pula mempengaruhi persepsi pembaca terhadap satu peristiwa dan pada level yang lebih tinggi menunjukkan ideologi media massa. Dimana satu peristiwa yang sama bisa

---

<sup>103</sup>Jumadi Mappanganro (42 tahun), Koordinator Liputan, *Wawancara*, Makassar, 21 Januari 2020.

memberikan banyak pilihan bagi media untuk mengangkat sudut pandangnya. Disinilah nilai penting satu isu diangkat ke permukaan terutama karena apa yang dipilih media untuk disampaikan ke publik, bisa jadi merupakan referensi bagi pembaca. Isu sendiri juga perlu dibungkus dengan kedalaman atau kelengkapan informasi, sehingga tidak menimbulkan kesalahan persepsi publik dalam menangkap satu peristiwa. Kedalaman juga memberikan alternatif bagi masyarakat untuk melihat satu peristiwa secara lebih luas dan menyeluruh atau tidak hanya dari satu sisi saja melainkan *cover all sides*.

Hal tersebut diatas juga tidak lepas dari bagaimana teknik penyajian informasi di media massa yang idealnya tidak hanya menyangkut aspek personal dan dramatik saja, melainkan harus berbasis isu dengan sumber data yang lengkap. Ini didukung pula dengan pemilihan narasumber yang relevan sesuai dengan kompetensinya pada satu bidang yang berkaitan dengan isu yang diangkat, serta diksi yang tidak melebihi-lebihkan satu hal. Beberapa konsep kunci akan digunakan untuk menelaah lebih jauh diantaranya mengenai: berita hiburan, personalisasi, dramatisasi, *popular news*, *quality news*, *issue-policy based news*, dan *investigative news*.<sup>104</sup>

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis dilakukan, bahwa dalam memilih isu pemberitaan, media *online* Tribun Timur selalu melihat dari peristiwa-peristiwa hangat yang mengundang perhatian orang banyak, juga melalui hasil survei berita-berita yang sedang diminati masyarakat baik nasional maupun lokal seperti isu sosial di masyarakat yang dianggap mampu menarik pembaca. Setiap media memiliki strategi atau cara tersendiri dalam memilih isu yang

---

<sup>104</sup>Rani Dwi Lestari, “*Quality News* dan *Popular News* Sebagai Trend pemberitaan Media Online: Study Deskriptif Kualitatif Trend Pemberitaan *Quality News* dan *Popular News* Pada Media Online Nasional di Indonesia priode 2016”, *Channel 5*, no. 1 (2017): h. 88.

dikembangkan dalam pemberitaan. Pemilihan isu menjadi tugas dan tanggung jawab koordinator liputan, redaktur dan ada berita tertentu yang dilihat oleh pimpinan teratas. Pada rapat perencanaan liputan, isu-isu dari para redaktur digodok untuk menentukan konten berita yang menarik bagi pembaca. Seperti yang dikemukakan oleh Thamzil Thahir:

Kalau unggulan di internet sesuai pasar itu masih berita pertama masih news semuanya masih dalam *frame news* cuma jenis news itu paling banyak di *news* hiburan. Kemudian yang kedua berita *current affair* seperti kejadian kecelakaan, banjir apa kayak gitu. Kemudian masuk ke berita politik, berita ekonomi di atas nomor tiga olahraga. *News*, *current affair*, *entertainment*, dan olahraga. *Entertainment* masih menjadi berita paling banyak, karena hampir semua pembaca ini adalah pembaca milenial yang suka baca hiburan tidak suka yang berat-berat masih apatis dengan news tidak mau tahu tentang perkembangan ini. Tetapi kita garap berita entertainment karena kita lihat pembaca itu yang paling banyak dibaca.<sup>105</sup>

Dalam hal ini memilih isu pemberitaan, media *online* Tribun Timur selalu mengangkat isu yang hangat di masyarakat dan dekat dengan masyarakat khususnya di Kota Makassar. Isu yang dimuat pada pemberitaan khususnya *headline news* tidak lepas dari isu-isu tentang persoalan perkotaan khususnya Kota Makassar seperti kecelakaan, banjir, politik, ekonomi, olahraga, hiburan, dan lain-lain. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang diciptakan oleh *public relations* yang berupaya meyakinkan editor atau reporter akan adanya nilai berita dari seseorang, peristiwa, barang atau jasa yang diinformasikan. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi yang berguna, akurat, dan menarik.

Proses pertama sering disebut sebagai pandangan seleksi berita (*selectivity of news*), proses dimana suatu peristiwa yang bisa diberitakan dan yang tidak bisa diberitakan. Agar hal tersebut tidak menjadi permasalahan dalam peliputan, berita

---

<sup>105</sup>Thamzil Thahir (46 tahun), Wakil Pemimpin Redaksi 2, Wawancara, Makassar, 9 Januari 2020.

terlebih dahulu masuk ke tangan redaktur, akan diseleksi dan disunting dengan menekankan bagian mana yang perlu ditambahkan dan bagian mana yang harus dikurangi oleh wartawan untuk kemudian dibentuk dalam sebuah berita.

#### c) Strategi Penempatan Isu Berita

Dalam menempatkan isu pemberitaan, media *online* Tribun Timur selalu melihat dari sisi peristiwa-peristiwa yang mengundang perhatian orang banyak. Media *online* Tribun Timur lebih menekankan kepada dua hal, yaitu berita yang penting dan berita yang menarik. Masyarakat lebih cenderung ke berita yang menarik dibandingkan berita yang penting dalam arti kata bahwa berita yang penting akan dikesampingkan manakala kemasannya tidak menarik. Berita yang menarik itu berawal dari peristiwa penting atau memiliki nilai yang dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat luas. Maka dari itu, informasinya harus dikemas menjadi semenarik mungkin sebelum dipublikasikan. Seperti halnya dengan yang dilakukan oleh media *online* Tribun Timur, penempatan isu seperti kriminal dan isu sosial kemasyarakatan, sukses menarik pembaca terutama isu sosial kemasyarakatan. Pada pemberitaan diutamakan konten lokal, karena setiap daerah mempunyai instansi pemerintahan, budaya, dan masyarakat yang berbeda-beda. Sehingga konten lokal menarik untuk diberitakan.

#### d) Strategi Penulisan Berita

Berita adalah peristiwa yang dilaporkan wartawan dalam bentuk tulisan, suara ataupun visual. Berita adalah laporan dari wartawan yang akan dimuat di media massa, sebaliknya peristiwa tidak akan menjadi berita jika hanya ada dalam angan-angan wartawan saja dan tidak ditulis menjadi sebuah berita. Dalam pencarian dan penulisan berita, ada sejumlah konsep yang harus ada dipikiran wartawan, bagian

pentingnya adalah menguasai 5W+1H, itu adalah pedoman dasar untuk mengumpulkan data dan fakta, wartawan juga harus memahami nilai berita, dengan mengetahui nilai berita wartawan akan mengetahui layak atau tidaknya sebuah berita yang akan dimuat.<sup>106</sup> Tata cara penulisan berita pada media *online* Tribun Timur sesuai dengan ketentuan kaidah-kaidah jurnalistik.

Media *online* Tribun Timur lebih mementingkan fakta berita dan kelengkapan dari unsur berita, 5W+1H dan 3E. Berita yang ditulis berdasarkan nilai tambahan dari tribun Timur yaitu 3E. Unsur berita ini termasuk kiat-kiat untuk menarik pembaca, adapun nilai 3E yang dimaksud adalah; pertama, *education* (mendidik), setiap berita yang dimuat media *online* Tribun Timur memiliki nilai mendidik, karena selain memperhatikan nilai pemberitaan media *online* Tribun Timur juga mengemban tugas untuk menjalankan fungsi *public service obligation* (pelayanan publik) dibidang pers. Kedua, *empowering* (memberdayakan), memberdayakan disini mengarah kepada masyarakat indonesia sebagai sasaran dari berita, sehingga masyarakat dapat merasakan manfaat langsung atau tidak langsung dalam sebuah pemberitaan yang dimuat oleh media *online* Tribun Timur. Ketiga *enlighting* (mencerahkan), berita yang akan dimuat oleh media *online* Tribun Timur dapat menginspirasi pembaca.

Jika *headline* yang dipublikasikan itu menarik akan banyak pembaca mengunjungi situs berita Tribun Timur maka *traffic website* akan tinggi sesuai target. Selain itu, judul-judul berita sengaja dibuat mencolok yang bersifat rahasia, dramatis, lugas, unik, menonjolkan konteks, deskriptif naratif dan sedikit sensasional demi

---

<sup>106</sup>Ermanto, *Wartawan Handal dan Profesional, Panduan Praktis dan Teoritis* (Yogyakarta: Cinta Pena, 2005), h. 130-131.

menarik perhatian pembaca. Ini artinya secara tidak langsung merujuk kepada pengabaian esensi media oleh jurnalis yaitu menyampaikan berita yang tepat dan informatif. Namun demikian, di Tribun Timur judul berita tidak boleh sama di cetak dan di *online*. Seperti yang dikemukakan oleh Jumadi Mappanganro:

Kita mewajibkan judul yang ada dicetak itu tidak boleh sama dengan judul yang ada di *online*, kenapa? kalau sama judulnya ngapain orang beli lagi print. Itu cara kami memberikan perbedaan supaya kalau langganan *online* silahkan membaca beritanya dan pembaca Tribun cetak juga silahkan, tapi kalau baca juga koran minimal ada perbedaannya supaya sama-sama bisa laku, karena kalau sama di *online* ngapain lagi beli koran, maka kita buat ada perbedaan walaupun mungkin perbedaannya itu sedikit.<sup>107</sup>

Hal tersebut dilakukan untuk memberi ruang kepada pengakses Tribun Timur dimana para pengakses terkadang hanya bisa mendapatkan suatu informasi jika mengakses media *online* karena berita yang dimuat di *online* tidak dimuat pada cetaknya.

## 2) Strategi Pewajahan Tribun Timur

Untuk mendapatkan hasil perwajahan yang baik sekaligus mendapatkan perhatian khalayak Tribun Timur menekankan beberapa jenis karakter perwajahan antara lain:

### a. *News* (Berita)

Karakter *news* atau berita sendiri disini dalam perwajahan Tribun Timur lebih cenderung menyajikan berita-berita atau kejadian tentang peristiwa-peristiwa tehangat serta isu-isu yang terhangat.

---

<sup>107</sup>Jumadi Mappanganro (42 tahun), Koordinator Liputan, *Wawancara*, Makassar, 21 Februari 2020.



b. *Hattrick* (Olahraga)

Karakter *hattrick* atau olahraga dalam perwajahan Tribun Timur lebih cenderung menyajikan tentang berita-berita olahraga seperti berita sepak bola, MotoGP, dan lain-lain.

c. *Life Style* (Gaya Hidup)

Karakter *life style* atau gaya hidup dalam perwajahan Tribun Timur lebih cenderung menyajikan tentang berita-berita infotainment seperti gaya hidup seorang artis, dunia model, dan lain-lain.

Dari ketiga karakter tampilan perwajahan tersebut memberikan ciri khas tersendiri bagi Tribun Timur seperti ketika berbicara tentang *news* atau berita maka *layout* perwajahannya itu agak tegas maksudnya berita yang disajikan itu benar-benar faktual dan terhangat. Begitu pula ketika berbicara tentang *hattrick* atau olahraga maka Tribun Timur menata *layout*-nya seakan-akan menata lapangan bola artinya tampilan *layout* yang disajikan membuat pembaca seakan-akan melihat lapangan bola dalam sebuah halaman. Sedangkan ketika berbicara *life style* atau gaya hidup maka tampilan *layout* Tribun Timur yang disajikan seakan-akan membuat pembaca melihat orang lagi *fashion show*. Untuk memberikan warna tersendiri dalam pemberitaan, Tribun Timur menyusun tampilan perwajahan dengan menempatkan grafis yang mana penyajiannya dalam konten berita cukup memudahkan pembaca untuk memahami isi berita yang disajikan. Dalam hal ini Tribun Timur lebih cenderung menempatkan grafis dalam konten perwajahannya, karena disamping keunikan penyajian kontennya juga memberikan gaya tarik tersendiri bagi perwajahannya. Seperti yang dikemukakan oleh Aqsa Riandy Pananrangan:

Saat ini kita sudah bertransformasi artinya dulu media cetak itu naskahnya panjang-panjang terus. Tapi Tribun Timur hadir sudah bertransformasi dari

panjang-panjang itu justru menjadi pendek-pendek dengan penempatan grafis dengan penempatan ke *full out-full out* berita seperti ini untuk penekanan berita. Jadi sejak awal kita sudah bertransformasi dengan berita yang *slim*, seperti berita tidak panjang-panjang dan lebih banyak gambar. Sesuatu yang rumit dibikinkan lebih mudah misalnya dengan penempatan grafis untuk memberikan penjelasan kepada pembaca.<sup>108</sup>

Perlu diketahui bahwa Tribun Timur sebelum melakukan pewajahan, membuat konsep pewajahan melalui perencanaan yang didasari oleh persiapan-persiapan yang matang. Perencanaan yang dilakukan adalah dengan melakukan survei mengenai kebutuhan dan keinginan pembaca serta melakukan tinjauan-tinjauan tentang isu-isu yang berkembang serta berita yang terhangat. Karena untuk menghasilkan pewajahan yang terbaik membutuhkan persiapan-persiapan yang matang dan semua terseleksi dan terfilter, maksudnya semua yang ditampilkan di bagian depan itu melalui tahap seleksi baik itu berupa berita, foto serta grafik. Oleh karena itu, untuk mendesain tampilan perwajahan Tribun Timur menggunakan *software* yang memang efektif seperti program *adobe indesign* yang digunakan untuk menata halaman, *adobe potoshop* digunakan untuk mengedit foto agar terlihat lebih menarik kemudian *adobe illustrator* digunakan untuk membuat ilustrasi yang biasanya digunakan untuk memberi gambaran tentang kronologis dalam suatu peristiwa. Dengan demikian, dalam proses pembuatan perwajahan Tribun Timur sampai selesai itu melibatkan semua divisi yang mana didukung oleh kerja sama yang baik serta melakukan koordinasi pada saat adanya penentuan keputusan jadi perwajahan yang terbaik dilatar belakangi adanya kerja sama yang baik.

---

<sup>108</sup>Aqsa Riandy Pananrang (36 tahun), Wartawan, *Wawancara*, Makassar, 4 Februari 2020.

### 3) Strategi Media *Online* Tribun Timur Dalam Meningkatkan Pengunjung Atau Pembaca

Koran saat ini sudah melewati tahapan menarik perhatian pembaca, dapat didapatkan secara *online* ataupun dibeli secara eceran dan berlangganan. Lebih dari itu, Tribun Timur telah mampu menampilkan diri sebagai salah satu pemimpin baru yang memimpin opini dan pengaruh dalam masyarakat. Media cetak adalah institusi bisnis akan tetapi Tribun Timur sukses tidak semata karena bisnis, sukses karena Tribun Timur memiliki pengaruh. Pada hakikatnya media cetak merupakan pabrik yang menjual pengaruh.

Selanjutnya media *online* Tribun Timur untuk meningkatkan *visitor* yang harus di perhatikan adalah *platform template website* yaitu hal utama di media *online* Tribun Timur, dengan mewakili *website* yang suda SEO (*Search Engine Optimization*) Friendly maka semua *link website* kita mudah dipotimasi dengan pengetahuan SEO. Selain itu, dalam konsep pengemasan berita sangat mempengaruhi minat kahalayak atau pengunjung untuk membaca media *online* Tribun Timur, antara lain:

#### a) *Micro People*

Dipemberitaan ini lebih menunjukkan *figure* bukan suasana yang ada diinverent tersebut.

#### b) *Reading*

Media *online* Tribun Timur mengemas berita hanya tujuh paragraf dengan berita yang lebih menarik dan kosa kata yang mudah dipahami, kemudian pindah ke *pageview* berikutnya.

### c) *Long-Tail Keyword*

Salah satu cara membawa media *online* Tribun Timur ke *website* pengunjung, harus dipastikan memilih *long-tail keyword* yang digunakan relevan dan berhubungan dengan topik Tribun Timur.

Perlu diketahui bahwa Tribun Timur dalam mengemas berita mempunyai beberapa konsep, akan tetapi ada juga konsep lama yang diredenisi kembali, namun baru disosialisasikan yaitu *hariper* lokal. *Hariper* lokal maksudnya kita fokus di berita-berita lokal yang betul-betul memiliki ciri khas daerah. Misalnya di Makassar ada kuliner khas yang namanya jalan kote, Tribun Timur mengekspos itu jalan kote terkait bagaimana cara pembuatannya dan lain sebagainya. Setelah itu, harus ada video, foto, google maps, dan kontak person kemudian di *share* di media sosial Tribun Timur seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *youtube*.

Tribun Timur juga lebih menjaga standar penulisan berita untuk menambah *visitor* bahwa standar penulisan berita tidak terlepas dari 5W+1H. Standar juga memiliki beberapa metode seperti *reporting* dan *feature* (peliputan) yang akan ditetapkan pada saat mereka melakukan rapat redaksi. Seperti dikemukakan oleh Edi Sumardi:

Setelah berita selesai kami lebih memfokuskan pada *headline* atau judul pada penyajian berita di Tribun Timur, karena dengan *headline* yang menarik dapat membuat pembaca langsung mengklik berita tersebut dan membacanya.<sup>109</sup>

Selanjutnya mengenai perbedaan penulisan media cetak dan media *online* Tribun Timur sebenarnya tidak ada perbedaan antara cetak dan *online* hanya saja *platform* yang membedakan, yakni *platform* cetak dan *platform online*. Berita di *platform* cetak bisa didapatkan dengan membeli koran sedangkan berita di *platform*

---

<sup>109</sup>Edi Sumardi (34 tahun), Editor *Online*, *Wawancara*, Makassar, 7 Februari 2020.

*online* bisa didapatkan dengan megaksenya melalui *handphone* atau laptop. Seperti yang dikemukakan oleh AS Kambie:

Secara umum tidak ada yang berbeda dengan dengan cetak, yang berubah ini hanya medianya atau wadahnya, kalau dicetak ada kertasnya, kalau di *online* itu lewat *handphone* atau lewat laptop orang membacanya.<sup>110</sup>

Dari strategi-strategi di atas, yang diterapkan dalam setiap pemberitaan Tribun Timur merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan agar dapat bersaing dengan media lokal yang lebih dulu hadir dalam memberikan informasi di tengah-tengah masyarakat. Faktor kecepatan, ketepatan, dan pengiriman proses liputan bahan berita menjadi ukuran kompetisi tersebut. Dalam ranah kompetisi Tribun Timur, mereka bersaing secara *sehat on the track* dimana tiap media memiliki segmentasi yang berbeda-beda. Di Tribun Timur fokus pada pencarian *visitor* namun tetap berupaya memberikan informasi yang bermanfaat, kaya akan fakta dan berhati-hati terhadap berita hoax. Sehingga lambat laun akan mendapatkan kepercayaan khlayak.

Begitu pula iklim media *online* di Makassar dalam iklim persaingan media pemberitaan yang harus dilakukan ialah harus selalu berinovasi dalam mempertahankan siapa yang yang paling cepat, tepat, dan pintar mengotak-atik penyajian berita khususnya Tribun Timur dalam hal penjudulan. Karena judul yang menarik dianggap merupakan kekuatan dari *website* untuk disiapkan dapat memenangkan persaingan bisnis media *online* dengan inovasi-inovasi baru serta merebut segmen pasar di media *online*. Dari situ adanya strategi pemberitaan Tribun Timur tidak lepas dari manajemen redaksi yang jitu kan menguatkan beberapa strategi-strategi seperti strategi pemberitaan Tribun Timur melalui media *online*, strategi pewajahan Tribun Timur, dan strategi media *online* Tribun Timur dalam

---

<sup>110</sup>AS Kambie (43tahun), Manajer Produksi, Wawancara, Makassar, 13 Januari 2020.

meningkatkan pengunjung atau pembaca. Sehingga dapat mengantarkan Tribun Timur dan media-media lokal yang berada di Sulawesi Selatan kepada kompetisi media yang sehat dan bersaing secara *on the track*.

#### d) Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan pengukuran kinerja, membandingkan antara hasil yang sesungguhnya dengan rencana serta mengambil tindakan pembetulan yang diperlukan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja jalannya aktivitas penyajian berita terkait konten secara efektif. Berdasarkan hasil observasi yang telah penulis lakukan, Tribun Timur dalam melakukan pengawasan melihat mekanisme kerja dilakukan sangat baik, karena sebelum melakukan proses pencetakan dan proses *upload* berita, terlebih dahulu diadakan rapat dalam melihat hasil liputan yang dilakukan oleh reporter. Hal tersebut bertujuan untuk memperhatikan keakuratan dan kesalahan penulisan berita. Untuk konten berita, Tribun Timur juga selalu mengawasi dalam kegiatan memproses berita, yaitu memproduksi berita, menyiarkan berita, dan mengevaluasi berita. Kegiatan tersebut terus dilakukan secara *continue* agar tugas memproduksi berita tidak terhenti di tengah jalan. Pengawasan dalam kegiatan memproduksi berita, dipimpin oleh seorang manajer digital dan editor *online* yang bertanggung jawab terkait isi berita secara keseluruhan. Seperti yang dikemukakan oleh Jumadi Mappananganro:

Kita memang tetap memperhatikan akurasi berita karena itu juga prinsip seorang jurnalis harus akurat, cuma memang di *online* itu wajib kita terapkan akurasi, cuman karena kadang kala juga butuh kecepatan sehingga ada beberapa error misalnya kurang huruf atau kelebihan huruf dan tidak baku karena keburu waktu dan harus cepat posting, sementara kalau di *online* itu hanya satu saja editor dari reporter langsung satu editor. Sedangkan di print ada beberapa tahapan, setelah di kirim reporter kemudian dilihat oleh editor print, setelah editor print dilihat lagi oleh *layoutter*, setelah di lihat oleh *layoutter* dibaca *direct corrector* jadi ada beberapa fase yang bisa melihat itu kesalahan. Peran manajer digital dan editor *online* disini adalah memberi pengawasan

terkait dengan isi berita.<sup>111</sup>

Dalam hal ini, kadang kala berita di *online* butuh kecepatan sehingga terjadi error pada penulisan karena beritanya harus segera di-*upload*. Jadi perlu diketahui, bahwa karena faktor kecepatan terkadang masih sering terjadi kesalahan penulisan berita di *online* seperti kurang huruf atau kelebihan huruf dan tidak baku. Hal tersebut terjadi karena di *online* hanya memiliki satu editor saja yakni dari reporter langsung ke editor. Berbeda dengan di cetak kesalahan penulisan hampir tidak ada karena melalui beberapa tahap mulai dari repertor mengirim berita ke editor, kemudian dilihat *layout*, lalu dibaca *direct corrector* untuk melihat kesalahan. Dengan demikian manajer digital dan editor *online* harus lebih teliti mengawasi seluruh kegiatan pemberitaan.

Kecepatan adalah kekhasan media *online*, karena saat ini kompetitor media *online* sesungguhnya bukan hanya sesama media *online*, akan tapi dengan media sosial juga, seperti *personal publisher*. Oleh karena itu, Tribun Timur memiliki SOP (Standar Operasional Prosedur) untuk verifikasi berita, sehingga berita atau informasi yang kami sajikan di *online* Tribun Timur jauh dari hoax. Seperti yang dikemukakan oleh Jumadi Mappanganro:

Tribun Timur ini selain berkompetisi dengan media yang besar, juga bersaing dengan para *personal publisher*. *Personal publisher* itu seperti akun-akun pribadi. Kami anggap juga sebagai kompetitor akan tetapi kami membedakan bahwa kalau kami ini berita yang ada di Tribun itu kami terkonfirmasi kalau *personal publisher* kan tidak harus terkonfirmasi dengan isu-isu yang di posting, kalau kami harus bisa memastikan bahwa informasi yang kami sajikan itu memang sudah lewat verifikasi lewat konfirmasi jadi sedapat mungkin hoax kami bisa hindari. Keunggulan kami adalah punya SOP untuk verifikasi, jadi kami bisa menjamin bahwa berita atau informasi yang kami sajikan di *online*

---

<sup>111</sup>Jumadi Mappanganro (42 tahun), Koordinator Liputan, *Wawancara*, Makassar, 21 Januari 2020.

Tribun itu melalui verifikasi sehingga jauh dari hoax.<sup>112</sup>

Sehingga berita yang disajikan di Tribun Timur itu adalah berita yang terkonfirmasi dan melalui verifikasi. Karena dalam mengelolah berita Tribun Timur melakukan proses penyuntingan terhadap tulisan-tulisan untuk dijadikan berita. Tujuan penyuntingan yang dilakukan redaksi Tribun Timur antara lain untuk menghindari terjadinya kesalahan dari segi penulisan berita, penggunaan kalimat, tanda baca yang kurang tepat, dan kesalahan lainnya yang mungkin saja terjadi sehingga berita tersebut jauh dari hoax. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa proses pengawasan yang dilakukan oleh Tribun Timur dalam menyajikan sebuah berita sangat ketat.

Hal tersebut dilakukan Tribun Timur untuk menjaga eksistensinya dikalangan pembaca, bila mana berita yang di cetak atau di-*upload* tidak memenuhi syarat akan dilakukan peliputan kembali agar pembaca tidak menerima berita yang tidak faktual. Tribun Timur menjaga mekanisme kerja *team work* sebagai strategi yang mendukung dalam menjaga eksistensinya. Tribun Timur melakukan rapat evaluasi setiap harinya, bertujuan untuk menilai berita yang layak untuk diterbitkan atau tidak. Evaluasi juga dilakukan setiap hari dengan pemimpin redaksi. Disini terlihat bahwa Tribun Timur melakukan fungsi pengawasan dalam manajemen redaksionalnya.

Dari pengawasan tersebut setiap bulannya ada penilaian hasil kerja dari *key performance indicator* yang merupakan model pelaporan rapor redaksi yang berasal dari pusat dan manajer digital bertugas untuk mengisi from penilaian tiap bulannya terkait dengan target bagus atau tidak. Didalamnya juga terdapat juga rapor penilaian personal (individu) terkait dengan kuantitas dan rekap penilaian tim terkait dengan

---

<sup>112</sup>Jumadi Mappanganro (42 tahun), Koordinator Liputan, *Wawancara*, Makassar, 21 Januari 2020.



target, hasil, dan pencapaian target seperti jumlah *visitor* pada portal dan *follower* pada media sosial Tribun Timur.

Selain itu, dalam sebuah media *online* khususnya situs berita, tentu memiliki seorang pimpinan redaksi. Dimana pimpinan redaksi tersebut melakukan kebijakan redaksional sesuai dengan apa yang telah disepakati dalam merencanakan sebuah penyajian berita, penentuan liputan, pencarian fokus pemberitaan, penentuan topik, pemilihan berita utama (*headline*), berita pembuka halaman (*opening news*). Pimpinan redaksi dalam sebuah perusahaan memiliki tugas utama untuk mengatur setiap hal atau aktivitas yang berkaitan dengan keredaksian dan atau memberikan tugas kepada timnya juga membuat tajuk rencana pada berita tertentu. Pimpinan redaksi tentu dalam sebuah pekerjaannya dibantu oleh beberapa staf-staf dibawahnya, diantaranya yaitu manajer produksi, manajer digital, koordinator liputan, editor, dan reporter.

Kemudian dalam sebuah manajemen redaksional, untuk membantu pimpinan redaksi dalam proses surat atau dalam keadministrasian redaksional. Seorang pimpinan redaksi dibantu oleh sekretaris redaksi. Seperti halnya ketika menerima surat-surat mengenai keredaksional, yang nantinya sekretaris redaksi tersebut akan memberikan surat-surat yang isinya berkaitan dengan undangan peliputan kepada redaktur sesuai dengan bidangnya masing-masing. Pola kerja redaksional sebuah media dimana pimpinan redaksi mengatur baik atau buruknya isi mengenai sebuah pemberitaan yang diproduksi. Dalam memproduksi sebuah berita pimpinan redaksi dibantu oleh redaktur pelaksana, editor dan asisten redaktur serta wartawan yang bertugas peliputan dilapangan atau yang dimana ada sebuah peristiwa yang krusial. Redaktur pelaksana merupakan eksekutif yang bertanggung jawab mengenai berita

apa yang akan disajikan. Dimana dalam perencanaan sebuah berita, biasanya di bawah redaktur pelaksana terdapat staf-staf yang mengerjakan lebih detailnya. Seperti ketika di dalam media *online* tersebut berita yang disajikan memiliki bidangnya masing-masing. Selanjutnya redaktur tersebut membaginya ke dalam redaktur kota, redaktur olahraga, redaktur hiburan/ kebudayaan, dan redaktur ekonomi. Kemudian tugas redaktur yaitu memilih bahan berita yang sesuai dan layak untuk dimuat serta disebarluaskan. Redaktur menyeleksi dari bahan-bahan yang telah didapatkan atau diperoleh dari wartawan yang bertugas juga bahan berita yang didapat dari kantor berita, dari narasumber yang telah diwawancara bahkan *press release* dari sebuah lembaga, organisasi, perusahaan swasta serta instansi pemerintah. Sebelum bahan-bahan berita tadi diseleksi oleh redaktur, seorang wartawan mempunyai tugas dimana harus mencari, mengumpulkan dan mengolah mengenai informasi atau berita yang didapakkannya yang nantinya akan dijadikan sebuah berita. Walaupun dalam struktur redaksi, seorang wartawan merupakan ujung tombak dalam sebuah media. Dimana wartawan yang setiap harinya mencari dan menyuplai bahan-bahan berita untuk disebarluaskan kepada khalayak.

### **3. Implikasi Teknologi Informasi Dan Media Baru Dalam Inovasi Tribun Timur**

Aplikasi teknologi informasi dikembangkan untuk membantu kerja para wartawan/ reporter dalam mencari, mendapatkan, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menayangkan berita di media cetak dan *online*. Di dalam manajemen Tribun Timur, wartawan harus menggunakan teknologi informasi dalam memproduksi sebuah berita. Mengingat karakter bisnis media sangat mengandalkan kecepatan, kebaruan, dan ketepatan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak.

Kemajuan teknologi telah mengubah mekanisme kerja industri media. Peluang meningkatnya pasar media melalui digital, membuat Tribun Timur mengembangkan berbagai aplikasi digital dengan membenamkan investasi pada infrastruktur server, peningkatan kapasitas *bandwidth* dan pengembangan situs Tribun Timur. Seiring dengan penanaman investasi strategis di sektor produk digital, juga dilakukan penambahan jumlah berita yang ditayangkan setiap hari dan peningkatan frekuensi *update* berita. Mengantisipasi kemajuan teknologi informasi, Tribun Timur telah melakukan berbagai inovasi dalam manajemennya. Oleh karena itu, Tribun Timur telah menjadi pemimpin pasar dalam bisnis *multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*.

Tribun Timur menjelaskan sebuah media akan terus berkembang dengan menggunakan teknologi informasi dan media baru. Tidak hanya itu, budaya kerja juga harus mengikuti karakter teknologi informasi dan media baru sehingga dalam mengaplikasikan teknologi, wartawan dapat menggunakan teknologi untuk memproduksi berita. Teknologi informasi dan media baru berimplikasi terhadap inovasi Tribun Timur, terutama menambah *platform* cetak media *online* melalui situs berita *online* dengan tujuan menaikkan jumlah pembacanya. Namun implikasi ini membuat persaingan media lokal semakin tajam, dimana Tribun Timur berkompetisi karena merupakan media umum lokal yang membidik berita yang sama dan juga berebut iklan dan membuat berita yang paling banyak dibaca oleh khlayak baik di media cetak maupun di media *online*. Selain teknologi informasi, Sumber Daya Manusia (SDM) juga berimplikasi terhadap inovasi Tribun Timur dimana kinerja semakin efisien dan efektif melalui satu ruang redaksi (*single newsroom*) dengan banyak *platform* media (*multiplatform*) sehingga dapat memperluas jaringan pembaca melalui distribusi berita yang lebih beragam.

Implikasi teknologi informasi dan media baru memerlukan berbagai proses dan tahapan dalam penerapannya. Dalam perspektif ekonomi media, teknologi informasi memiliki peran penting dalam industri media. Karena industri media cetak harus senantiasa mengikuti perkembangan teknologi informasi. Terjadinya konvergensi media juga didukung oleh berbagai hal seperti kekuatan-kekuatan ekonomi, politik, dan sosial yang memainkan peran besar dalam penciptaan teknologi-teknologi baru. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, ditemukan bahwa implikasi teknologi informasi dan media baru yang dilahirkan oleh Tribun Timur terhadap inovasi di dalam manajemennya antara lain:

a. Tribun Timur *E-paper*

Tribun Timur senantiasa berusaha hadir dengan pelayanan berita yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya. Tribun Timur mencoba untuk menjadi pemimpin baru media cetak, dengan cara konsisten melakukan inovasi dan terobosan. Produk harian Tribun Timur yang paling menonjol adalah inovasi Tribun Timur dalam menyajikan dua jenis wajah berita yaitu: pertama, *print edition* (surat kabar versi cetak), kedua, *electronic paper (e-paper)* yaitu *design* surat kabar cetak yang dapat dibaca melalui internet sehingga kita tidak perlu repot memegang lembaran kertas yang cukup lebar.

Selain itu, Tribun Timur melakukan hal tersebut karena di era revolusi industri 4.0 media cetak khususnya koran memiliki tantangan yang begitu besar. Ketika harga kertas semakin mahal, biaya produksi semakin naik, dan semakin sulit mencari loper koran zaman sekarang. Begitu mempunyai sepeda motor, anak muda lebih memilih menjadi pengendara ojek *online* ketimbang jadi loper koran. Pilihan

bagi media cetak mau tak mau harus mentransformasi diri untuk ikut menguasai dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital yang ada.

Menyiasati kesulitan-kesulitan itu, pada akhirnya Tribun Timur melakukan inovasi transformasi media cetak ke dalam bentuk koran elektronik yang disebut *e-paper*. Oleh karena itu, karena akan terjadi pergeseran Tribun Timur sudah menyiapkan konsep ini sejak tahun 2009 dan 2010. Seperti yang dikemukakan oleh Thamzil Thahir:

Ada pergeseran ya dulunya yang orang berlangganan koran baru dapat informasi sekarang dia sudah ada dan itu kita sudah siapkan 10 tahun lalu, jadi tidak masalah bagi kita. Proses Tribun dari print ke digital itu sudah di kita mulai 10 tahun lalu 2009 dan 2010 itu fokusnya.<sup>113</sup>

Media digital Tribun Timur masih menginduk pada format media digital nasional yang dirancang oleh Kompas Gramedia Group (KKG) yaitu koran elektronik Tribun Timur. Format koran elektronik ini yang dapat diakses di <http://www.tribunnews.com/epaper> sudah disiapkan secara nasional. Tribun Timur *E-Paper* saat ini juga sudah tersedia di menu portal berita Tribun Timur. Hadirnya Tribun Timur *E-Paper* merupakan jawaban terhadap pergeseran yang sedang dihadapi media dan untuk mengimbangi kebutuhan informasi karena semakin meningkatnya penggunaan internet di Indonesia. Perlu diketahui bahwa Tribun Timur *E-Paper* hadir sebelum Tribun Timur fokus ke portal berita. Seperti yang dikemukakan oleh AS Kambie:

“Kita juga bikin Tribun *E-Paper*, jadi dari dulu kita bikin Tribun Timur dua versi jadi ada cetak ada juga Tribun Timur *E-Paper*”.<sup>114</sup>

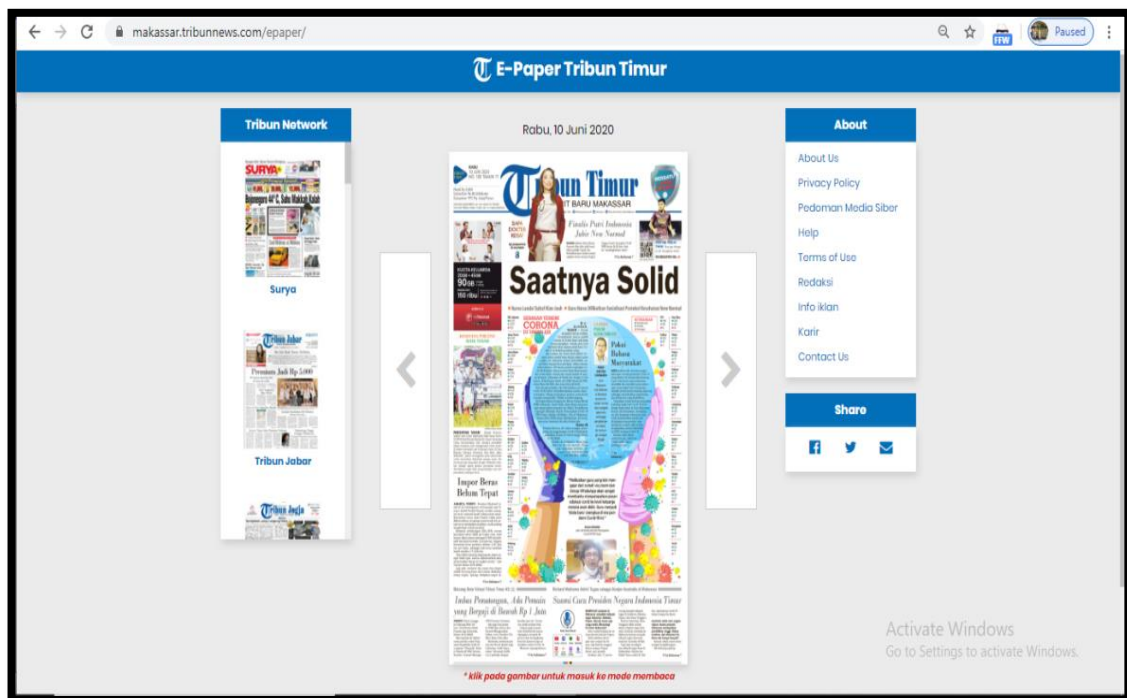
---

<sup>113</sup>Thamzil Thahir (46 tahun), Wakil Pemimpin Redaksi 2, *Wawancara*, Makassar, 9 Januari 2020.

<sup>114</sup>AS Kambie (43tahun), Manajer Produksi, *Wawancara*, Makassar, 13 Januari 2020.

Desain Tribun Timur *E-Paper* dibuat menyerupai Tribun Timur versi cetak karena pada dasarnya *e-paper* merupakan bentuk media cetak secara keseluruhan yang disajikan dalam bentuk digital. Dengan adanya Tribun Timur *E-Paper* tidak bermaksud untuk membuat versi cetaknya hilang, akan tetapi untuk menjangkau pembaca yang berada diluar daerah distribusi Tribun Timur agar pembaca di manapun bisa membaca berita Tribun Timur. Selain itu, Tribun Timur *E-Paper* juga memudahkan pembacanya untuk mendapatkan berita karena dengan menggunakan perangkat teknologi seperti seperti laptop, *smartphone*, tablet dan lainnya, pembaca sudah bisa mengakses Tribun Timur *E-Paper*. Berikut ini adalah bentuk tampilan Tribun Timur *E-Paper*:

### Tribun Timur *E-Paper*



**Gambar 7: Tribun Timur *E-Paper***

Sumber: <https://makassar.tribunnews.com/epaper/index.php>

Jika dibandingkan versi cetak, *Tribun Timur E-Paper* memiliki beberapa keunggulan di antaranya:

- 1) Menghemat penggunaan kertas dan biaya percetakan.
- 2) Praktis dan mudah dalam penyimnan, karena tidak memerlukan sebuah ruangan atau tempat luas.
- 3) Tidak perlu membolak-balik karena bisa memilih halaman berita yang hendak dibaca dalam waktu yang lebih singkat untuk membacanya.
- 4) Memiliki tampilan persis sama dengan koran yang di cetak.
- 5) Bisa diakses kapanpun dan dimanapun berada.
- 6) Berita yang penting bisa disimpan dengan cara mengundunya dalam format pdf.
- 7) Memangkas biaya produksi dan pengiriman.

Itulah keunggulan yang dimiliki oleh *Tribun Timur E-Papar* sehingga bisa mengikat pembaca fanatik. Karena *Tribun Timur E-Paper* hadir melalui internet yang sudah diakrabi digital native, sehingga *e-paper* *Tribun Timur*, tampil dengan membawa kemudahan bagi pembacanya. Dengan demikian *Tribun Timur* merupakan pelopor dari harian Kelompok Kompas Gramedia (KKG) yang menghadirkan koran dengan wajah *electronic paper* dengan berita yang *up to date*. *E-paper* yang dihadirkan *Tribun Timur* melalui internet akan mengikuti nature media *online* yang bersifat interaktif dan partisipatif. *Tribun Timur* melihat bahwa bisnis media sekarang ini tidak lagi mengandalkan kekuasaan editor yang terbiasa menjejali pembacanya dengan konten teks yang menurut mereka penting. Dengan menghadirkan *Tribun Timur E-Paper* mulai mengerti keinginan pembacanya.

#### b. Tribun Timur Sosial Media

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.<sup>115</sup> Saat ini media sosial sangat eksis dikalangan masyarakat, bahkan tidak sedikit media konvensional yang mengadopsi media tersebut. Media cetak seperti Tribun Timur telah memiliki akun media sosial mereka sendiri yang dibuat secara korporasi dan dikelola oleh admin dan tim sosial media Tribun Timur.

Melalui beragam media sosial tersebut, Tribun Timur dapat menyajikan berita-berita mereka atau menyebarkan *teaser* atau konten-konten berita menarik yang dipilih dari koran atau portal Tribun Timur. Hal itu dilakukan dengan tujuan agar khalayak khususnya pembaca milenial dapat membaca atau menyaksikan sajian-sajian berita atau seputar informasi melalui media sosial yang juga dapat ditayangkan secara *streaming*.

Pemilihan media sosial sebagai salah satu media merupakan salah satu cara yang Tribun Timur lakukan untuk menambah jumlah pembacanya. Tribun Timur juga melihat bahwa media sosial telah menjadi salah satu *platform* yang menyebarkan informasi dengan mudah, cepat dan dengan biaya yang relatif murah. Selain itu, kehadiran media sosial mampu mengubah pola penyebaran informasi dari media cetak.

---

<sup>115</sup>Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 3.



Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, bahwa redaksi Tribun Timur melihat fenomena dimana internet telah merubah pola konsumsi informasi sasaran pasarnya. Tribun Timur melihat pengguna media sosial terus meningkat, sehingga Tribun Timur juga ikut mengembangkan media sosialnya. Seperti yang dikemukakan oleh Thamzil Thahir:

Karena kesadaran masa depan media itu ada di *online*, sejak itu kita serius garap. Kemudian sekarang ini kalau 7 tahun lalu kita mulai masuk ke fase media sosial jadi masuk dulu ke *website* terus tahun 2010 kita masuk ke media sosial mulai banyaknya *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *youtube*.<sup>116</sup>

Keputusan redaksi dan manajemen Tribun Timur untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk lebih *engage* dengan khalayak adalah tepat. Oleh karena itu, Tribun Timur selalu menempatkan konten berita yang relevan dengan pembaca dengan menjalankan fungsi dari tim media sosial. Seperti yang dikemukakan oleh Mansur Amirullah:

Kata kunci di media *online* adalah menemukan konten yang relevan dengan pembaca. Masalah besarnya adalah bagaimana menemukan konten yang relevan dengan pembaca? di sinilah fungsi tim media sosial. Tim media sosial di Tribun Timur *online*, kami menyebutnya editor Sosmed/ SEO (*search engine optimization*), bertugas mencari konten yang lagi *happening* (*trending*) saat ini. Ada 10 editor SEO/ Sosmed di Tribun Timur *online*.<sup>117</sup>

Tribun Timur sudah membuat isi inovatif dan kreatif dalam media sosialnya dengan menambah fitur interaktif seperti *hyperlink* dan *search engine*, yang dapat memudahkan pengguna mencari materi dengan topik-topik khusus yang sesuai dengan ukuran kebutuhannya, misalnya dengan kategori berita atau informasi yang dipilihnya. Jika dibandingkan inovasi Tribun Timur ini media lain tentu berbeda, karena berita-berita Tribun Timur yang sudah dibuat di *share* ke media sosial untuk memperluas jangkauan

---

<sup>116</sup>Thamzil Thahir (46 tahun), Wakil Pemimpin Redaksi 2, *Wawancara*, Makassar, 9 Januari 2020.

<sup>117</sup>Mansur Amirullah (38 tahun), Manajer Digital, *Wawancara*, Makassar, 20 Januari 2020.

pembacanya. Sehingga dapat menyebabkan pertumbuhan Tribun Timur berjalan dengan cepat. Seperti yang dikemukakan oleh Aqsa Riandy Pananrang:

Terus apa yang menjadi pembeda sejak awal itu kita mengintegrasikan itu semua, jadi keberadaan *online* kita *convert* dengan media sosial jadi berita-berita yang kita itu kita *share* ke media sosial untuk memperluas jangkauan pembaca, nantinya kita sudah bisa konekkan cetak, dengan *online*. Olehnya kita konekkan itu sehingga kenapa menyebabkan pertumbuhan Tribun Timur itu bisa cepat.<sup>118</sup>

Perlu diketahui bahwa, Tribun Timur memiliki beberapa akun media sosial yakni:

#### 1) *Facebook*

Pengunjung yang berkumpul pada jejaring sosial *facebook* sangatlah banyak, mulai dari rakyat jelata, artis-artis terkenal, hingga politisi. *Facebook* menjalankan fungsi lebih ringan dan lebih mudah digunakan. Oleh karena itu, *facebook* dapat digunakan oleh siapa saja yang ingin mengakses informasi. Konten dalam *facebook* yaitu mengenai informasi-informasi yang lebih ringan seperti artikel-artikel dan fakta-fakta menarik seputar kejadian. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, bahwa Tribun Timur memanfaatkan *facebook* dalam menyebarluaskan informasi. *Facebook* Tribun Timur dapat diakses melalui kolom pencarian *facebook* dengan nama akun Tribun Timur Berita *Online* Makassar.

Aktivitas media sosial seperti *facebook* harus dimanfaatkan untuk menunjang media *online*. Perlu diketahui, bahwa media sosial telah menjadi cara baru khalayak dalam mengakses informasi. Hal tersebut tentu berdampak pada media cetak untuk menambah pembacanya. Namun, kejelian Tribun Timur melihat peluang dengan memanfaatkan *facebook* dalam menyebarluaskan informasi. Hal tersebut

---

<sup>118</sup>Aqsa Riandy Pananrang (36 tahun), Wartawan, *Wawancara*, Makassar, 4 Februari 2020.

dikarenakan *facebook* memiliki target sasaran dengan segmentasi umur 15-40 tahun sehingga sudah sesuai dengan pembaca Tribun Timur, seperti yang dikemukakan oleh Jumadi Mappanganro:

“Pembaca kita luar biasa dan itu kebanyakan kita pembacanya saat ini usia milenial antara 15 sampai 40-an”.<sup>119</sup>

Sebenarnya *facebook* Tribun Timur sudah ada sebelum portal Tribun Timur hadir. Pada saat itu berita-berita di koran Tribun Timur di-*upload* di *facebook* kemudian Tribun Timur meminta tanggapan atau komentar-komentar netizen. Setelah ada komentar netizen, Tribun Timur kembali memuat komentar-komentar netizen tersebut di koran, sehingga akhirnya Tribun Timur terus mengembangkan penyajian beritanya di *facebook* dengan memanfaatkan fitur-fitur baru yang ada di *facebook*. Sehingga sejauh ini *facebook* Tribun Timur masih menjadi pemasok *viewer* karena memiliki 781.000 likes. Seperti yang dikemukakan oleh AS Kambie:

Sebenarnya awalnya kita hanya main-main di *facebook*, di *twitter* di awal. Awalnya sebelum ada Tribun Timur.com setiap berita Tribun itu kita *upload* di *facebook* kita *upload* di *twitter* kita minta komentar-komentar netizen yang kemudian kita muat lagi komentar-komentar itu dicetak jadi awalnya itu sebelum ada Tribun Timur.com yang kita kenal sekarang ini kita sudah main-main di dunia media digital seperti itu lewat *facebook* dan *twitter* saya kira itu inovasi pertama setelah itu kita terus kembangkan bikin Tribun-Timur.com juga dengan sangat sederhana beritanya pendek-pendek dan terus di inovasi sedemikian rupa dengan membuat video, *like facebook*, dan seterusnya. Pokoknya selalu ada inovasi-inovasi di Tribun Timur.<sup>120</sup>

Perlu diketahui bahwa di Tribun Timur reporter ditugasi meliput berita tidak hanya teks dan foto tapi wajib membuat *caption* dan juga video *live facebook* yang kemudian langsung di-*upload*. Dengan demikian Tribun Timur mengembangkan konten dalam bentuk foto, *caption* dan video *streaming (live facebook)* tujuannya

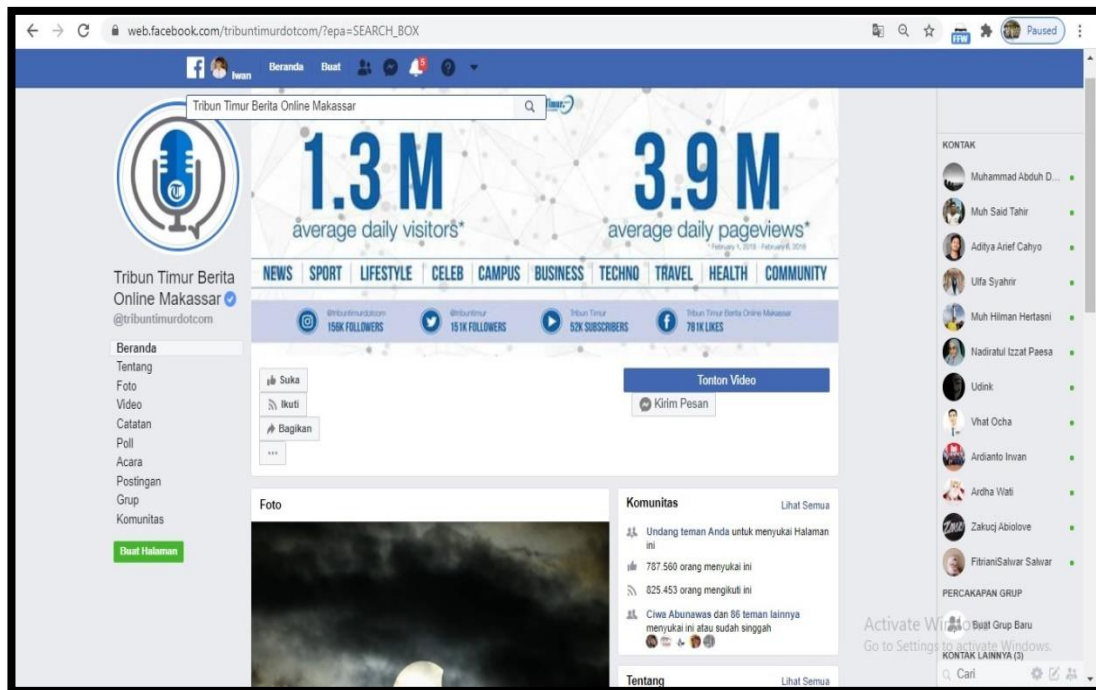
---

<sup>119</sup>Jumadi Mappanganro (42 tahun), Koordinator Liputan, Wawancara, Makassar, 21 Januari 2020.

<sup>120</sup>AS Kambie (43tahun), Manajer Produksi, Wawancara, Makassar, 13 Januari 2020.

untuk menyentuh pembaca agar *share*-nya berkembang karena ini langsung ke media sosial. Berikut ini adalah bentuk tampilan *facebook* Tribun Timur:

### ***Facebook* Tribun Timur**



**Gambar 8: *Facebook* Tribun Timur**

Sumber: <https://web.facebook.com/tribuntimurdotcom>

Dalam konten-konten berita tersebut menunjukkan bahwa frekuensi postingan dilakukan secara *real time news*. Konten yang dimunculkan untuk media sosial *facebook* sudah menarik dan mengedukasi publik. Dengan hadirnya *facebook* Tribun Timur memberikan ruang kepada khalayak khususnya pembaca untuk memberika tanggapan melalui kolom komentar. *Feedback* dari publik untuk *facebook* Tribun Timur sangat baik dan beragam dilihat dari segi komentar dan pesan yang muncul di kolom komentar. Sehingga disini akan terjadi komunikasi dua arah, karena ada

umpang balik atau respon dari pembaca. Tentu hal tersebut membuat media sosial Tribun Timur berbeda dengan media konvensional pada umumnya.

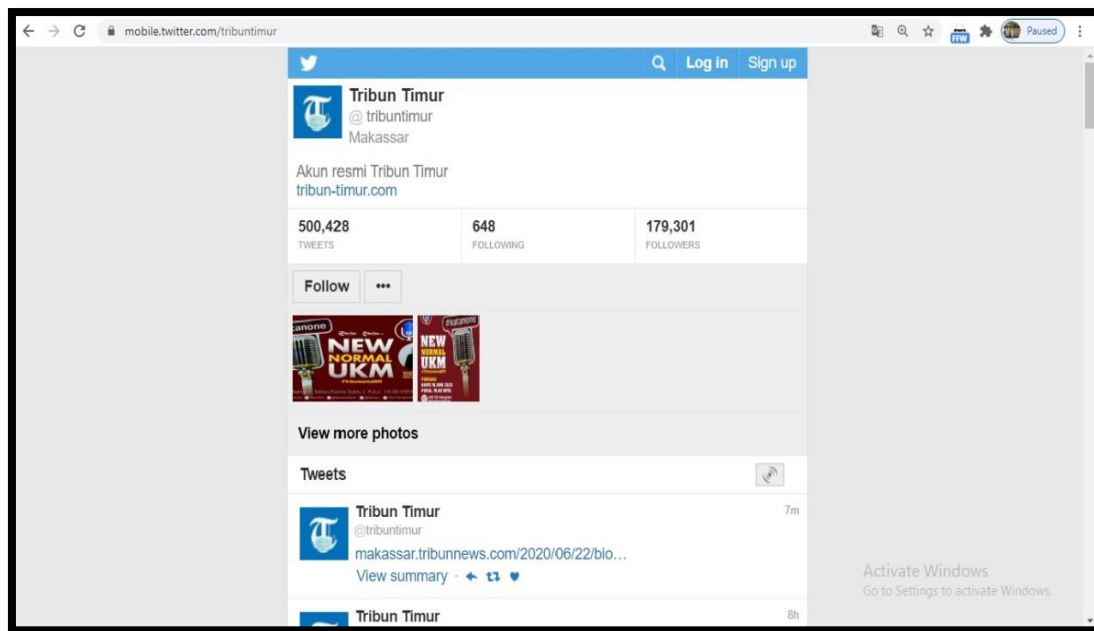
## 2) *Twitter*

Tribun Timur terus melakukan inovasi, terutama dalam hal pengembangan media sosial Tribun Timur. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, bahwa Tribun Timur menjadikan *twitter* sebagai media untuk distribusi berita dan *news gathering* karena dianggap dapat membuat pekerjaan menjadi lebih efisien. *Twitter* Tribun Timur dapat diakses melalui kolom pencarian *twitter* dengan nama akun @tribuntimur. Saat ini jumlah *followers twitter* Tribun Timur mencapai 179.301 *followers*. Melalui *twitter*, pembaca dapat melihat berita terkini tanpa harus membuka situsnya. Tribun Timur melihat bahwa *twitter* sangat tepat meyasar generasi milenial yang berusia 15-40 tahun, karena milenial dianggap senang berpendapat.

Dengan menggunakan *twitter*, reporter tanpa harus turun ke lapangan atau bertatap muka, reporter dapat menemukan narasumber yang kredibel untuk bahan berita. reporter juga dapat membuat lebih banyak berita dengan memangkas waktu turun ke lapangan dengan melemparkan cuitan di *twitter* dan memilih narasumber untuk diwawancarai kemudian. Begitu juga dengan administrator *twitter* yang bisa menggunakan berbagai jenis media, seperti teks, audio, gif, video dengan *twitter*. Hal tersebut memungkinkan Tribun Timur lakukan karena *twitter* pun mendukung penggunaan *multimedia*. Penggunaan berbagai jenis media yang digunakan oleh Tribun Timur selaras dengan salah satu karakter media *online*. Hal tersebut membuat respon pembaca yang didapatkan bisa beragam, seperti balasan cuitan yang dapat

berupa masukan atau kritikan yang bersifat *asynchronous*. Berikut ini adalah bentuk tampilan *twitter* Tribun Timur:

### ***Twitter* Tribun Timur**



**Gambar 9: *Twitter* Tribun Timur**

Sumber: <https://mobile.twitter.com/tribuntimur>

Selain itu, Tribun Timur menggunakan *twitter* bertujuan untuk menimbun respons dan *feedback* dari *audiens*-nya, baik untuk kepentingan *news gathering* yang berupa jawaban dari pertanyaan ataupun kepentingan distribusi berita yang berupa masukan-masukan. Penggunaan *twitter* sebagai medium distribusi berita dan *news gathering* yang mengandalkan komunikasi dua arah, dapat membuat adanya perang cuitan, atau *tweet war*, yang terjadi di antara pembaca dan Tribun Timur. Namun, seperti apa yang diungkapkan oleh pemimpin redaksi, komunikasi dua arah boleh saja dilakukan antara *audiens* dengan pihak Tribun Timur, namun ketika sudah mulai memanas, maka harus disudahi agar menjaga hubungan dengan *audiens*. Adanya

perang cuitan tersebut merupakan sebuah bentuk dari hukum reversal, yaitu sebuah keadaan di mana artefak tersebut justru memutarbalikkan keadaan. Ketika sebuah artefak seharusnya menjalankan fungsinya, yaitu *twitter* sebagai medium distribusi berita dan *news gathering*, namun justru menjadi arena perang cuitan.

Akun *twitter* Tribun Timur biasanya menampilkan berita judul berita terkini yang disertai *link* terkait, sehingga ketika redaksi memuat berita di dalam situs, secara otomatis judul berita serta *link* berita tersebut akan langsung tertera di dalam *twitter* Tribun Timur. Oleh karena itu, Tribun Timur dalam melakukan pendistribusian berita di *twitter* mengandalkan *hyperlink* yang dilampirkan dalam sebuah *tweet*. *Hyperlink* ini digunakan karena banyaknya teks yang saling berhubungan satu sama lain. Sehingga pembaca bisa mendapatkan beragam informasi dari sudut pandang yang beragam dan berbeda, hanya dengan membuka tautan yang ingin di akses. Tribun Timur menggunakan *twitter* untuk menyebarkan tautan informasi. Bahkan, tautan yang digunakan pada *twitter* tidak hanya tautan berita, tetapi juga tanda pagar atau tagar.

### 3) *Instagram*

Perkembangan media sekarang ini berkembang pesat dari tahun ke tahun. Berawal dari media konvensional hingga akhirnya di era revolusi industri 4.0 ini media sosial menjadi media paling populer di kalangan masyarakat modern. Media sosial di berbagai *platform* memudahkan penggunaanya dalam melakukan komunikasi bahkan dalam jangkauan yang lebih luas lewat berbagai aplikasi yang disuguhkan seperti *instagram*. *Instagram*, merupakan salah satu media sosial yang populer di masyarakat modern saat ini. Hampir sebagian masyarakat memiliki akun *instagram*.

Dahulu, *instagram* hanya digunakan untuk mengunggah foto pribadi dengan *caption* (keterangan foto) saja. Akan tapi, tidak di era revolusi industri sekarang ini. *Instagram* mulai memiliki peran dalam memenuhi khalayak akan berita dan mendapatkan berbagai informasi. Sehingga *instagram* juga dijadikan khalayak sebagai sumber informasi. Dengan demikian *instagram* menjadi populer dan banyak digunakan oleh masyarakat kerana mudah untuk digunakan dan memiliki banyak fitur-fitur terbaru. Oleh sebab itu, Tribun Timur melakukan sebuah inovasi dengan mengadopsi *instagram* sebagai media untuk menyampaikan berita kepada khalayak.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, bahwa Tribun Timur melakukan penyebaran berita melalui media sosial *instagram*. *Instagram* Tribun Timur dapat diakses melalui kolom pencarian *instagram* dengan nama akun @tribuntimurdotcom. Saat ini *followers* *instagram* Tribun Timur telah mencapai 191.000 lebih *followers*. Berita-berita yang ada di *instagram* Tribun Timur memiliki tampilan yang menarik dan mudah dibaca (*eye catching* dan *easy reading*), sehingga khalayak lebih memilih untuk membaca dan mem-*follow* (mengikuti) akun berita *instagram* Tribun Timur. Sebenarnya hal tersebut sudah dikonsep sejak awal Tribun Timur terbit. Selain itu, Tribun Timur juga melihat mayoritas pembacanya sudah menggunakan perangkat teknologi. Seperti yang dikemukakan oleh Mansur Amirullah:

Sejak pertama terbit sebagai media cetak, Tribun Timur mengusung konsep *eye catching* dan *easy reading* (mudah dibaca alias mudah dipahami). Karakter *easy reading* juga dipertahankan di media *online* Tribun Timur. Gaya penyajiannya *easy reading* misalnya, satu paragraph tidak boleh panjang. Tidak boleh lebih dari Sembilan kata maksimal 11 kata. Konsep *easy reading* di *online* menyesuaikan dengan *platform mobile*. mengingat mayoritas pembaca media *online* Tribun Timur datang dari versi *mobile*.<sup>121</sup>

---

<sup>121</sup>Mansur Amirullah (38 tahun), Manajer Digital, Wawancara, Makassar, 20 Januari 2020.



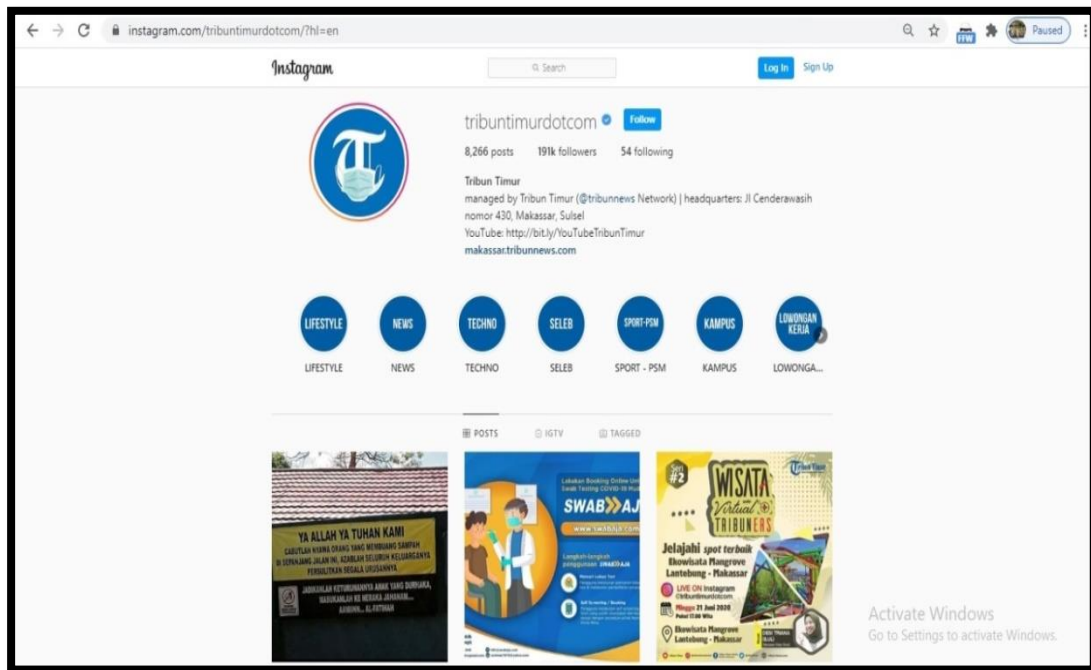
Pada *instagram* Tribun Timur khalayak juga bisa membaca, melihat dan mendengarkan lewat foto, teks, video atau audio yang di-*upload*. Perlu diketahui bahwa *instagram* Tribun Timur memiliki pola komunikasi yang tidak hanya satu arah seperti teori komunikasi yaitu teori jarum suntik, akan tetapi juga bisa saling melakukan interaksi lewat kolom komentar yang disediakan *instagram*. Selain kolom komentar juga ada lambang “love” untuk melakukan *like* atau *dis-like* terhadap postingan yang di-*upload*, sehingga terjadi komunikasi dua arah.

*Instagram* Tribun Timur memiliki pola yang berbeda dalam melakukan penyebaran berita. *Instagram* Tribun Timur menjadi salah satu akun *instagram* media sosial yang berbeda dengan akun media sosial berita lainnya. Pada *instagram* Tribun Timur lebih menonjolkan infografik, bahkan tidak sedikit berita-berita yang di *upload* Tribun Timur dalam bentuk infografik. Karena masyarakat modern di era revolusi industri 4.0 saat ini bahkan di tahun yang akan datang, akan lebih menyukai jurnalisme data atau yang berbentuk infografik seperti yang disajikan oleh *instagram* *Tribun Timur* karena dianggap lebih menarik dan tidak membosankan.

Selain itu, dalam melakukan penyebaran berita di *instagram* Tribun Timur, tidak semua *postingan* menggunakan infografik. Beberapa diantaranya menggunakan video dan foto jurnalis yang melakukan peliputan di tempat kejadian secara langsung. Dalam hal ini dengan menggunakan video atau foto dan *caption* (keterangan gambar). Oleh karena itu, *instagram* Tribun Timur jarang mem-*posting* berita-berita yang berifat *hardnews*, sehingga berita yang ditonjolkan lebih ke berita-berita ringan atau *softnews* dan *feature* yang selalu *update*. Selain itu, *instagram* *Tribun Timur* juga melakukan promosi iklan di akun *instagram*-nya. Inilah

yang membuat *instagram* Tribun Timur memiliki banyak *followers* dan *likers*. Berikut ini adalah bentuk tampilan *instagram* Tribun Timur:

### ***Instagram* Tribun Timur**



**Gambar 10: *Instagram* Tribun Timur**

Sumber: <https://www.instagram.com/tribuntimurdotcom>

#### **4) *Youtube***

*Youtube* adalah situs portal video yang sering diakses para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video (*video sharing*) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang mengklik video tersebut. Terdapat didalamnya berbagai macam video seperti tutorial, video musik, berita dan lain-lain.<sup>122</sup> Situs video *youtube* sebagai bagian dari varian media sosial kian hari semakin memahami segala kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial dalam pengembangan fitur-fiturnya. Para pengguna

<sup>122</sup>Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri Youtube: Menjadi Mahir Tanpa Guru* (Jakarta: PT Elexmedia Komputindo, 2008), h. 1.

atau *user* situs video *youtube* di berikan tantangan untuk memberikan berbagai kontribusi konten-konten video pribadi mereka untuk di konsumsi secara meluas. Berbagai konten video menjadi visi dan misi bagi situs video *youtube* telah mendorong keinginan yang menantang bagi para penggunanya. Belakangan peran media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram* sebagai sarana informasi semakin populer. Dari teks, orang mulai memaksimalkan foto dan kini video juga menjadi salah satu strategi penyajian berita yang jitu. *Youtube* sebagai salah satu media sosial berbasis video dengan pengguna terbesar di dunia adalah *platform* paling tepat untuk menyajikan berita dengan menggunakan materi audiovisual.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, bahwa inovasi Tribun Timur terus dikembangkan, hingga saat ini Tribun Timur memiliki *channel youtube* yang dapat diakses melalui kolom pencarian *youtube* dengan nama akun Tribun Timur. Di dalam manajemennya *youtube* Tribun Timur yang digunakan sebagai media distribusi konten untuk menyebarkan informasi pemberitaannya. Hal tersebut dilakukan oleh Tribun Timur karena evolusi media dari cetak ke digital merupakan dampak dari adanya revolusi industri 4.0 yang merupakan gejala global dan tak bisa dihindari seperti tiga jilid revolusi industri sebelumnya. Selain itu, penggunaan *youtube* dalam menyebarkan informasi pemberitan sangat efektif karena *youtube* ini secara penggunaan di masyarakat luas khususnya kaum milenial yang notabenenya menggunakan *smartphone* sudah sangat dekat. Salah satu faktor penggunaan *youtube* juga melihat kondisi masyarakat yang dapat mudah mengakses segala dengan kebutuhan mencari informasi melalui perangkat digital tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh AS Kambie:

Kita juga melihat perkembang *youtube* begitu pesatnya dan anak ABG anak SD sudah main-main ke sana. Jadi kita fokusnya ke orang sekarang itu lebih

senang yang visualnya gambar video untuk kita dan sebagian sumber daya kita juga sudah dialihkan ke sana. Jadi selama ini yang ini juga salah satu strateginya selama ini bekerja untuk *me-layout* halaman cetak itu sekarang sebagian besar itu sudah dialihkan untuk mendesain video-video.<sup>123</sup>

Perlu diketahui bahwa penggunaan *youtube* praktis, gratis, dan sangat mudah digunakan bagi siapa saja yang ingin menyaksikan tanyangan video, sehingga Tribun Timur serius untuk menggarap konten-konten video yang kemudian dimuat di *youtube*. Selain itu, Tribun Timur juga melakukan *live streaming* pada setiap program acara yang ditayangkan dengan mengkoneksikan pada media sosial lainnya. Oleh karena itu, tidak semua video masuk ke portal berita Tribun Timur. Akun *youtube*-lah tempat penampung semua video berita yang sudah jadi. Penggunaan *youtube* berdampak baik bagi Tribun Timur, karena akun *youtube* Tribun Timur memiliki jumlah berlangganan (*subscribe*) lebih dari satu juta. Seperti yang dikemukakan oleh Thamzil Thahir:

Sekarang ini kita masuk ke fase video, nah dua tahun terakhir ini kita mulai menggarap video, nah itulah ada satu juta subscribenya di *youtube*. Nah ini yang sementara kita menghadapi masa baru masa baru media perkembangan baru media yang bergeser dari media sosial ke video. Kita lagi serius lagi serius fokuskan di situ.

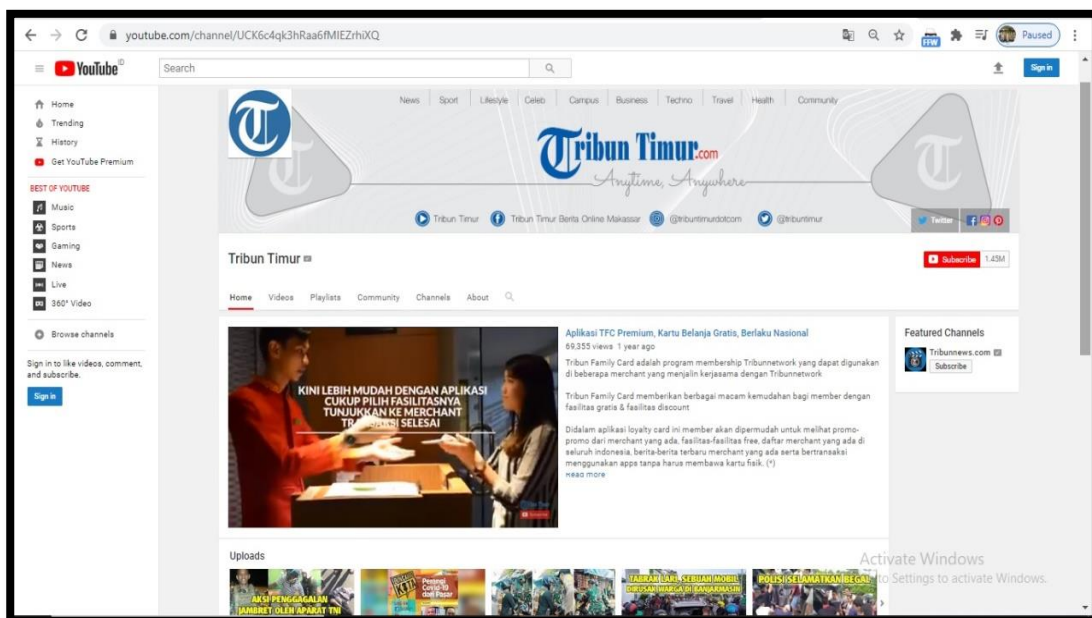
Pemilihan *channel youtube* sebagai medium penyaluran konten, karena memang pengunjung *youtube* saat ini adalah yang paling tinggi. Inovasi inilah yang membuat Tribun Timur semakin eksis dan berkembang di era revolusi industri 4.0 ini. Karena kelebihan *youtube* yang dapat diakses oleh siapapun, dimanapun, dan kapanpun membuat penonton *youtube* semakin bertambah, sehingga Tribun Timur juga fokus pada penyajian berita dalam bentuk konten-konten video. Oleh karena itu, *youtube* memiliki jangkauan yang sangat luas tidak hanya di daerah tertentu, namun semua orang dari berbagai belahan dunia dapat menonton video tersebut. Suatu

---

<sup>123</sup>AS Kambie (43tahun), Manajer Produksi, *Wawancara*, Makassar, 13 Januari 2020.

manfaat yang besar bagi media lokal seperti Tribun Timur, videonya diputar di manapun bagian bahkan sampai ke Eropa sekalipun. Khlayak dapat juga menjadi orang tercepat yang dapat menonton video yang baru diunggah dengan menggunakan fitur berlangganan (*subscrib*) pada *youtube* yaitu berlangganan video tanpa harus membayar sekalipun. Berikut ini adalah bentuk tampilan *youtube* Tribun Timur:

### ***Youtube* Tribun Timur**



**Gambar 11: *Youtube* Tribun Timur**

Sumber: <https://www.youtube.com/channel/UCK6c4qk3hRaa6fMIEZrhiXQ>

Bentuk antusias khalayak yang melihat pemberitaan Tribun Timur melalui *youtube* membuat *subscribe* dan *viewer youtube* Tribun Timur terus bertambah. Hal tersebut tidak terlepas dari beberapa cara yang Tribun Timur lakukan seperti:

#### **a) Pemilihan *Thumbnail***

Tribun Timur melakukan cara pemilihan *thumbnail* yang tepat dan menarik. *Thumbnail* adalah gambar pertama yang muncul dilayar video pilihan yang akan

ditonton sebelum mengkliknya. Pemilihan *thumbnail* tersebut untuk membuat penonton itu mengklik video dan menyaksikannya.

#### b) Pemilihan Judul Yang Menarik

Penulisan judul video semenarik mungkin dan tidak membuat judul yang seakan-akan penonton merasa dijebak sewaktu penonton mengkliknya. Judul video dan *thumbnail* ini keduanya sangat berhubungan.

#### c) Konten Yang Menarik

Dalam pembuatan konten menarik tidak boleh berlawanan dengan ketentuan dan kebijakan *youtube*. Video yang dibuat kontennya harus diperhatikan dan dibuat semenarik mungkin.

#### d) Bagikan Ke Media Sosial Lain

Video yang berhasil di-*upload* ke *youtube* semestinya dibagikan tautannya ke media sosial agar pengguna lain tahu dan jika itu bermanfaat pastinya akan diklik oleh para pengguna lain. membagikannya ke media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain-lain.

Dengan demikian keempat media sosial tersebut dikelola oleh redaksi media *online* dan bagian TI di Tribun Timur. *Facebook*, *twitter*, *instagram* dan *youtube*, digunakan lebih banyak untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat walaupun juga menyajikan konten yang dipandang perlu diketahui masyarakat. Pengisiannya sepanjang waktu dan materinya bersumber dari materi yang dimuat dalam portal Tribun Timur.

#### c. Portal Tribun Timur

Perkembangan zaman telah menghadirkan media baru. Media lama tentu akan tergeser keberadaannya, walaupun disisi lain media lama juga menyambut

media baru sebagai evolusi dari media lama. Media cetak dan elektronik yang kini telah dikemas dalam bentuk digital atau sering dikenal dengan portal berita *online* atau media *online*. Saat ini media cetak dan media elektronik berlomba-lomba membuat situs berita *online* untuk memenuhi permintaan khalayak akan berita, dengan begitu eksistensi media tersebut tetap terjaga.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, Tribun Timur terus mengembangkan media *online*-nya dengan membuat portal berita yang disebut dengan portal berita Tribun Timur.com. Portal berita Tribun Timur.com ialah sebuah portal *website* yang berisi berita aktual dan artikel dalam jaringan di Sulawesi Selatan pada khususnya dan Indonesia pada umumnya. Tribun Timur.com merupakan salah satu situs berita terpopuler di Sulawesi dan Indonesia Timur. Portal berita Tribun Timur.com dapat diakses melalui laman *website* <https://makasar.tribunnews.com>. Sama seperti situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, Tribun Timur.com mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, Tribun Timur.com merupakan cikal bakal Tribunnews dan terdepan dalam hal berita-berita baru (*breaking news*) diluar Pulau Jawa. Seperti yang dikemukakan oleh Thamzil Thahir:

Jadi saat itu kita terbit 2004 itu media *online* di Indonesia sudah ada tapi belum digarap serius, saat itu yang menggarap serius berita *online* baru Detik.com dan Okezone.com. Kita belum garap, tapi kita lihat saat itu bahwa masa depan media itu 10 tahun lalu, tahun 2009, 2007, dan 2004 berarti 11 tahun lalu 12 tahun lalu itu kita sudah lihat bahwa masa depan media ini bukan lagi di cetak kerena kertas akan semakin mahal dan semakin sedikit orang baca koran. Jadi masa depan media itu ada di portal, nah kita bikinlah di situ portal jadi Tribun Timur ini adalah cikal bakalnya Tribunnews yang di Jakarta yang terbit 2009.<sup>124</sup>

---

<sup>124</sup>Thamzil Thahir (46 tahun), Wakil Pemimpin Redaksi 2, *Wawancara*, Makassar, 9 Januari 2020.

Tribun Timur tidak hanya menerbitkan edisi *print* (*print go online*) melainkan juga edisi *real time* (*real time news*). Sehingga inovasi ini menempatkan Tribun Timur.com sebagai portal berita *real time*. Tribun Timur.com *update*-nya tidak lagi menggunakan karakteristik media cetak Tribun Timur sebagai induknya yang harian. Yang dijual Tribun Timur.com adalah *breaking news* dengan karakter *real time news*. Dengan bertumpu pada *vivid description* macam ini, Tribun Timur.com melesat sebagai situs informasi digital paling populer di kalangan pengguna atau *user* internet di Indonesia Timur khususnya di Sulawesi Selatan. Perkembangan jumlah pengunjung Tribun Timur.com, pada April 2020 situs Tribun Timur.com per harinya menerima satu sampai 4.000.000 hits per hari (ukuran jumlah pengunjung ke sebuah situs) dan bisa mencapai 50.000.000 sampai 60.000.000 juta hits per bulan (dibulatkan). Selain perhitungan hits, Tribun Timur.com masih memiliki alat ukur lainnya yang sampai sejauh ini disepakati sebagai ukuran yang mendekati seberapa besar potensi yang dimiliki sebuah situs. Ukuran itu adalah *page view* (jumlah halaman yang diakses). *Page view* Tribun Timur.com sekarang mencapai 10.000.000 per harinya dan 120.000.000 per bulan. Sekarang Tribun Timur.com menempati posisi ke lima tertinggi dari beberapa portal berita di seluruh Indonesia. Sehingga menempatkan Tribun Timur.com sebagai situs berita koran yang paling banyak pengunjungnya di Makassar bahkan di Indonesia Timur. Seperti yang dikemukakan oleh Jumadi Mappanganro:

Alhamdulillah kami termasuk sangat besar untuk di luar pulau jawa pembaca Tribun Timur itu terbesar, *visitor* kita rata-rata di atas satu juta sekarang, itu seluruh media *online* di luar pulau jawa bahkan di luar jabodetabek kita yang terbesar. Kami hanya di kalahkan beberapa saja media kayak khusus di Tribun Timur, Tribunnews induknya kami yang kalahkan seperti Kompas.com kalau di Tribunnews, Tribunnews yang paling tertinggi sekarang di seluruh media.



Pembaca kita luar biasa dan itu kebanyakan kita pembacanya saat ini usia milenial antara 15 sampai 40-an.<sup>125</sup>

Perlu diketahui, bahwa Tribun Timur.com merupakan portal berita dengan mengandalkan kedalaman, kecepatan, pertumbuhan dan perkembangan yang lebih cepat. Dikelola oleh PT. Indopersda Primamedia (Persda Network), divisi koran daerah Kompas Gramedia yang juga mengelola bisnis penyiaran (Kompas TV). Portal berita ini diluncurkan sejak tahun 2009 dan merupakan situs *website* berita pertama diluar pulau Jawa yang dapat diakses selama 24 jam dalam sehari dan tujuh hari dalam seminggu melalui komputer pribadi, laptop (*netbook* dan *notebook*), *mobile phone*, dan *smartphone* serta secara kreatif menggabungkan antara teks, foto, video, dan suara.

Tribun Timur.com didirikan sebagai upaya mencerdaskan masyarakat Indonesia Timur melalui jurnalisme yang cerdas, tajam, berimbang dan menghibur. Meski memiliki banyak saingan yang lebih dahulu, Tribun Timur mulai memperlihatkan kemampuannya setelah tiga tahun dengan menjadi portal berita *online* yang akurat, terkini, bermutu, dan paling berpengaruh. Tribun Timur hadir dengan konsep liputan dengan gaya penyajian yang berbeda dengan media lain. Tribun timur menyajikan berita-berita yang relevan dengan pembacanya. Seperti yang dikemukakan oleh Mansur Amirullah:

Tribun Timur *online* selalu berusaha menyajikan konten yang viral relevan dengan pembaca. Kata kunci di media online adalah menemukan konten yang relevan dengan pembaca. Masalah besarnya adalah bagaimana menemukan konten yang relevan dengan pembaca? di sinilah fungsi tim media *online*.<sup>126</sup>

---

<sup>125</sup>Jumadi Mappanganro (42 tahun), Koordinator Liputan, *Wawancara*, Makassar, 21 Januari 2020.

<sup>126</sup>Mansur Amirullah (38 tahun), Manajer Digital, *Wawancara*, Makassar, 20 Januari 2020.

Oleh karena itu, Tribun Timur mampu bersaing dengan media lain hingga menunjukkan prestasi yang signifikan. Tribun Timur berusaha menyajikan berita tidak hanya dalam bentuk koran namun dalam bentuk media *online*. Tribun Timur.com melakukan pengembangan diri secara berkala terhadap penyajian isi konten-konten di dalamnya. Selain itu, Tribun Timur juga memanjakan pembacanya dengan menampilkan berbagai pilihan menu, seperti *home*, *news*, *bisnis*, *property*, *PSM*, *superball*, *sport*, *kampus*, *lifestyle*, *citizen reporter*, *public service*, *video*, *pesona desa*, *e-paper*, dan lainnya. Dengan menyesuaikan tampilan *layout* dari Tribunnews.com. Berikut ini adalah bentuk tampilan portal Tribun Timur.com yang merupakan Tribun Network:

### Portal Tribun Timur



**Gambar 12: Portal Tribun Timur**

Sumber: <https://makassar.tribunnews.com>

Bentuk tampilan dan desain Tribun Timur.com tersusun secara sistematis mulai dari peletakan topik pilihan, berita pilihan dan iklan untuk memudahkan pengakses mencari suatu berita maupun informasi, Tribun Timur.com semaksimal mungkin selalu memberikan beragam konten segar diseluruh pilihan menu yang ada. Selain itu, ada beberapa tema yang dihadirkan Tribun Timur.com dalam pemberitaannya yakni:

- 1) Nasional: Menbidik dinamika sosial, politik, dan isu-isu terkini di ruang lingkup di dalam negara saja.
- 2) Intrnasional: Berita seputar ruang lingkup di seluruh dunia.
- 3) Regional: Berita seputar runag lingkup satu kawasan/ wilayah.
- 4) Lokal: Berita seputar di daerah sekitar Makassar saja.
- 5) Ekonomi dan Bisnis: Berita mengenai informasi ekonomi ekonomi dan bisnis seperti makro, mikro, properti, energi, finansial, dan lain-lain.
- 6) Hiburan: Berita seputar ruang lingkup selebriti tanah air maupun mancanegara, informasi rekomendasi tempat hiburan, kuliner, dan lain-lain.

Hadirnya Tribun Timur.com sangat memudahkan pembaca untuk mengakses berita, karena sudah didukung dengan internet yang dipadu dengan personal komputer, laptop maupun *smartphone* seperti android, dan ios. Inilah yang menjadi kreasi yang penting sebagai salah satu alat distribusi berita selain agen atau loper koran. Kerena penambahan pembaca selama ini ada di cetak, maka Tribun Timur menyikapi perubahan era dalam bentuk inovasi sebelum banyaknya media-media *online* yang hadir, seperti saat ini Tribun Timur sudah terlebih dahulu mengelolah portal. Dari segi pewajahan Tribun Timur.com memiliki tampilan yang sangat menarik sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung atau pembacanya.

#### d. Tribun Timur Dialog Virtual

Diskusi atau dialog secara virtual menjadi *trend* akhir-akhir ini. Situasi pandemi Covid-19 ini membuat aktivitas di luar rumah dibatasi. Pemerintah telah menganjurkan kepada semua kalangan untuk menjaga jarak dengan *physical distancing* dan *social distancing* untuk memutus mata rantai penularan Covid-19 ini. Artinya, semua kegiatan-kegiatan yang sifatnya dapat menyebabkan kontak fisik secara langsung kini harus, dilaksanakan secara virtual agar tidak terjadi penularan Covid-19. Kegiatan-kegiatan yang dimaksud, seperti diskusi atau dialog, rapat, bimbingan teknis, dan lain-lain. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, pada dasarnya sebelum Covid-19 ini menyerang Tanah Air Tribun Timur sering menggelar diskusi atau dialog melalui majelis forum dosen Tribun Timur. Diskusi majelis dosen Tribun Timur ini rutin dilaksanakan, satu sampai dua kali setiap bulannya di kantor Tribun Timur. Karena situasi pandemi Covid-19 ini yang mengharuskan *physical distancing* dan *social distancing*, Tribun Timur kemudian berinovasi dengan mengembangkan media *online*-nya melalui diskusi atau dialog virtual. Tribun Timur dialog virtual dimulai sejak awal mei 2020. Seperti yang dikemukakan oleh Edi Sumardi:

Diskusi virtual Tribun Timur dimulai sejak awal mei 2020 saat aktivitas di luar rumah dibatasi. Diawali dengan diskusi rutin majelis forum dosen Tribun Timur yang membahas terkait dengan hal-hal aktual dan menyangkut kepentingan publik secara luas. Sebelum pandemi virus corona, diskusi majelis forum dosen Tribun Timur rutin digelar di kantor Tribun Timur, satu sampai dua kali dalam sebulan. Saat pandemi, intensitasnya pun tetap sama.

Pembahasan diskusi majelis forum dosen Tribun Timur terkait dengan hal-hal aktual dan menyangkut kepentingan publik secara luas. Saat ini, 90% diskusi atau dialog di Tribun Timur disiarkan secara *live* melalui *youtube* dan *facebook*. Bahasan diskusi saat ini masih terkait dengan pandemi. Untuk rekaman diskusi bisa ditonton

melalui *youtube* melalui channel *youtube* Tribun Timur. Berikut ini adalah betuk tampilan Tribun Timur dialog virtual:

### Tribun Timur Diskusi Atau Dialog Virtual



**Gambar 13: Tribun Timur Diskusi Atau Dialog Virtual**

Sumber: <https://makassar.tribunnews.com>

#### e. Tribun Timur *Podcast*

*Podcast* audio merupakan sebuah aplikasi yang dapat didownload melalui komputer PC, laptop, tablet, dan *smartphone*. *Podcast* pertama kali muncul pada tahun 2004 namun baru dikenal pada tahun 2005 di Amerika Serikat. Secara sederhana, *podcast* diartikan materi audio atau video yang tersedia di internet yang dapat secara otomatis dipindahkan ke komputer atau media pemutar *portable* baik secara gratis maupun berlangganan.<sup>127</sup> Di Tanah Air, *podcast* audio belum begitu

<sup>127</sup>Efi Fadilah, dkk., "Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio", *Kajian Jurnalisme*, vol. 1 no.1 (Tahun 2017), h. 92. <http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme>. (Diakses 23 Juni 2020).

populer. Penelitian terkait mengenai *podcast* audio juga masih sangat minim. Meski demikian, belakangan ini, beragam produk *podcast* audio lokal mulai meramaikan jagat maya dan terbilang cukup sukses menarik pendengar. Sebagian produk *podcast* audio tersebut diproduksi dan didistribusikan oleh beberapa situs *online* radio dan para audio *blogger*. *Podcast* audio berpotensi dikembangkan di Tanah Air mengingat kentalnya budaya tutur masyarakat Indonesia. Selain itu, akses terhadap internet semakin mudah dan murah sehingga membuat produk *podcast* audio di internet lebih terjangkau. Potensi *podcast* audio terletak pada keunggulannya yang dapat diakses secara otomatis, mudah dan kontrol ada di tangan pengguna, dapat dibawa-bawa, dan selalu tersedia. Formula kesuksesan konten *podcast* audio diantaranya terletak pada pengemasan yang ringan dan menarik dengan tawaran nilai yang jelas bagi calon pengakses. Produksi *podcast* audio seyogyanya mempertimbangkan dan mendalami kekuatan serta karakteristik format audio sebagai medium komunikasi manusia. Berikutnya adalah selalu mengikuti perubahan perilaku dan kebiasaan bermedia khalayak terutama dalam mengkonsumsi format audio.<sup>128</sup>

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan, bahwa Tribun Timur melihat bahwa *podcast* audio menjadi peluang untuk mengembangkan media *online*-nya melalui konten audio. Tribun Timur kemudian berinovasi dengan membuat Tribun Timur *Podcast*. Tribun Timur *Podcast* hadir dengan episode pertama sejak, jum'at, 05 juni 2020. Hingga, selasa, 23 juni 2020, sudah ada 16 episode diproduksi dan ditayangkan. Durasi episode mulai sembilan menit sampai 1,5 jam. Tribun Timur *Podcast* bisa dinikmati di *platform* audio

---

<sup>128</sup>Efi Fadilah, dkk., "Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio", *Kajian Jurnalisme*, vol. 1 no.1 (Tahun 2017), h. 103. <http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme>. (Diakses 23 Juni 2020).

(*podcast*) layaknya mendengarkan berita audio. Selain itu, Tribun Timur hadir dalam *multichannel* dan *multiplatform*. Oleh karena itu, *podcast* audio bisa didengarkan di akun Tribun Timur *Podcast* melalui *anchor.fm*, *breaker*, *google podcast*, *apple podcast*, *overcast*, *pocket casts*, *radio public*, dan *spotify*. Lalu bagi pengguna *youtube*, *podcast* Tribun Timur bisa didengarkan atau ditonton di *youtube* (video) dengan nama *channel* Tribun Timur. Seperti yang dikemukakan oleh Edi Sumardi:

Episode pertama *podcast* Tribun Timur hadir pada hari jum'at tanggal 05 juli tahun ini. *Podcast* Tribun Timur sampai pada hari ini sudah ada 16 episode. Untuk durasinya, sembilan menit hingga 1,5 jam. Lalu *podcast* audio bisa didengarkan di akun Tribun Timur *Podcast* di *anchor.fm*, *breaker*, *google podcast*, *apple podcasts*, *overcast*, *pocket casts*, *radio public*, dan *spotify*. *Podcast* Tribun Timur bisa didengarkan atau ditonton di *youtube* (video) dengan nama *channel* Tribun Timur.<sup>129</sup>

Tribun Timur *Podcast* hadir untuk memperluas jangkauan *audiens* dan upaya transportasi agar berita Tribun Timur tidak hanya bisa didapatkan di *platform* cetak (koran), *online* (portal berita), dan video (*youtube*). Tribun Timur *Podcast* berisi rekaman diskusi, dialog, dan wawancara *offline* maupun *online* yang disajikan secara virtual. Terkait tema yang dibahas di Tribun Timur *Podcast* saat ini adalah terkait dengan Covid-19. Seperti yang dikemukakan oleh Edi Sumardi:

“Sampai saat ini, episode di *podcast* Tribun Timur masih terkait dengan Covid-19”.<sup>130</sup>

*Podcast* pada saat ini sedang *trend* di kalangan anak muda, apalagi di tengah anjuran untuk *work from home*, banyak beraktivitas di rumah. Mendengarkan *podcast* audio beda dengan menonton, dimana saat mendengarkan *podcast*, sekaligus juga bisa multitasking sebab fokus bisa selain di layar *gadget*. *Podcast* audio layaknya *streaming radio on demand*. Kala jumlah pendengar radio berkurang, pendengar

---

<sup>129</sup>Edi Sumardi (34 tahun), Editor *Online*, Wawancara, Makassar, 23 Juni 2020.

<sup>130</sup>Edi Sumardi (34 tahun), Editor *Online*, Wawancara, Makassar, 23 Juni 2020.

*podcast* justru naik karena kontennya memang bisa dipilih sesuai keinginan. Perlu diketahui, bahwa Tribun Timur merupakan media cetak pertama di Sulawesi Selatan yang memiliki saluran *podcast*. Berikut ini adalah bentuk tampilan Tribun Timur *Podcast*:

#### **Tribun Timur Podcast**



**Gambar 14: Tribun Timur Podcast**

Sumber: <https://makassar.tribunnews.com>

Selain berinovasi dengan *platform online* Tribun Timur juga berinovasi dalam bentuk kartu yang disebut dengan Tribun Family Card (TFC). Tribun Family Card ini merupakan sebuah fasilitas untuk pelanggan koran yang telah melewati banyak perkembangan, awal mulanya Tribun Family Card hadir hanya sebagai kartu diskon yang diberikan kepada pelanggan Tribun Timur. Pada akhir tahun 2014 inovasi kartu ini dilakukan pengembangan yang sama sekali berbeda pada edisi sebelumnya.



Perbedaan ini terletak dari fasilitas gratis di setiap *marchant* dan cara bayar depan untuk langganan koran selama setahun. Seperti yang dikemukakan oleh AS Kambie:

TFC adalah kartu belanja gratis persembahan Tribun Timur yang dipersembahkan bagi para pelanggan setia Tribun Timur. Untuk mendapatkannya cukup dengan berlangganan koran selama satu tahun, anda akan mendapatkan manfaat belanja gratis di *marchant-marchant* rekanan yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.<sup>131</sup>

Sebelumnya, Tribun Family Card dengan fasilitas *marchant* yang berlaku nasional menjadi tidak efisien, dari sisi biaya cetak kartu plus mesin pembaca kartu dan sulitnya mendapatkan info mengenai fasilitas yang terdapat di daerah lain. Kemudian kondisi ini memunculkan ide untuk mengganti kartu dengan aplikasi *mobile* pada bulan juli 2018. Sampai pada tahun 2020 ini Tribun Family Card hadir dengan premium 4<sup>th</sup> edition. Berikut ini adalah bentuk tampilan Tribun Family Card:

#### Tribun Family Card (TFC)



**Gambar 15: Tribun Family Card (TFC)**

Sumber: <http://tribunfamilycard.com>

<sup>131</sup>AS Kambie (43tahun), Manajer Produksi, *Wawancara*, Makassar, 13 Januari 2020.

Itulah beberapa bentuk inovasi-inovasi baru Tribun Timur di era revolusi industri 4.0 yang serba digital ini. Diantara beberapa inovasi tersebut, ada yang sudah dibuat beberapa tahun setelah Tribun Timur terbit perdana. Inovasi yang sudah dibuat terus dikembangkan mengikuti perkembangan zaman dan *trend* masa kini, termasuk di era revolusi industri 4.0 ini. Karena itu, Tribun Timur selalu melihat masa depan media. Sebab, era revolusi industri 4.0 akan mengubah hampir sebagian besar hidup manusia. Revolusi ini melahirkan super komputer, kendaraan tanpa pengemudi, robot pintar, perkembangan *neurotechnology* dan dunia digital yang serba otomatis lainnya. Selain itu, realitas di dunia dapat terkoneksi dengan dunia virtual melalui bantuan internet. Ini yang menyebabkan terjadinya berbagai perubahan dalam kehidupan manusia, terutama di dunia bisnis. Kemajuan teknologi yang ada di dalamnya membuat wajah industri dunia berubah secara drastis. Bagi Tribun Timur, era revolusi industri 4.0 merupakan fenomena yang mutlak dan tidak bisa dihindari. Sehingga Tribun Timur mampu melakukan transformasi dan inovasi dalam menghadapi revolusi industri 4.0 yang *smart foundation*, *smart process*, dan *smart connectivity*.

### ***C. Peluang dan Tantangan Tribun Timur***

#### **1. Peluang**

Dalam *trend* pengadopsian, media baru tidak langsung diterapkan, sebab banyaknya keterbatasan-keterbatasan teknologi itu sendiri. Di balik itu semua pasti ada kesempatan dan alasan-alasan sosial, politik, dan atau ekonomi yang turut mendorong media *online* berkembang. Saat ini, Tribun Timur telah optimis dalam berupaya mengadopsi teknologi informasi dan media baru di samping adanya

keterbatasan-keterbatasan. Alasan ekonomilah yang menjadikan teknologi sebagai peluang yang menjanjikan. Pertama, adanya peluang dalam bisnis dan pendapatan dari produk yang berasal dari teknologi multimedia. Kedua, adanya peluang dari kebijakan baru yang telah ditetapkan oleh pemerintah untuk memasukkan media *online* sebagai media partner atau kerjasama.

Pencarian informasi dari hari ke hari terus mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta pesatnya laju pembangunan. Pencarian tersebut akan semakin meningkat jika dibarengi dengan peningkatan aktivitas dan pengetahuan serta kesadaran dari khalayak untuk mengaktualisasikan dirinya. Kebutuhan khalayak dalam berbagai bidang, khususnya kebutuhan akan informasi semakin meningkat akibat saling keterkaitan dan ketergantungan umat manusia di dunia dalam era revolusi industri 4.0. Dalam era revolusi industri 4.0 seperti sekarang ini seseorang dapat memperoleh informasi dengan cepat dan mudah. Jika dahulu khalayak masih bergantung pada media massa konvensional seperti televisi, radio atau media cetak untuk mendapatkan sebuah informasi. Maka saat ini informasi bisa didapatkan hanya dengan melalui laptop, *smartphone*, dan lain-lain. Di era revolusi industri 4.0 ini penggunaan internet terus mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun membuka peluang Tribun Timur akan terus berkembang. Sesuai dengan laporan terbaru HootSuite (*We Are Social*) yang merupakan sebuah situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial. HootSuite (*We Are Social*) menyatakan bahwa pada tahun 2020 disebutkan ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia dengan penetrasi 64%. Itu artinya dari total 272,1 juta populasi di Indonesia, sebesar 64% telah terkoneksi internet. Ada

kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini jika dibandingkan tahun sebelumnya. Dalam laporan ini juga diketahui, bahwa saat ini masyarakat Indonesia yang menggunakan ponsel sebanyak 338,2 juta dengan populasi 124%. Hampir seluruh pengguna internet di Indonesia menggunakan ponsel untuk berinternet. Sementara itu ada 160 juta pengguna aktif media sosial dengan penetrasi 59% dari total populasi. Jumlah ini naik 8,1% atau sekitar 12 juta pengguna.<sup>132</sup> Berikut ini adalah info grafis penggunaan internet di Indonesia:

### Perkembangan Penggunaan Internet Di Indonesia



**Gambar 16: Perkembangan Penggunaan Internet Di Indonesia**

Sumber: <https://wearesocial.com>

Dari data penggunaan internet di atas Tribun Timur memiliki peluang untuk meningkatkan jumlah pelanggan atau pembacanya. Karena pembaca Tribun Timur saat ini masih rata-rata 1,3 juta pembaca perharinya melalui media *online*. Angka ini

<sup>132</sup>Wahyunanda Kusuma Pertiwi, "Penetrasi Internet Di Indonesia Capai 64 Persen", *Kompas.com*. 20 Februari 2020. <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/20/14090017/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-64-persen> (1 Juni 2020).

masih kecil jika dibandingkan dengan pengguna atau *user* internet yang mencapai kisara 175,4 juta. Seperti yang dikemukakan oleh Mansur Amirullah:

Pengakses internet di Indonesia (*internet user*) saat ini kisaran 175,4 juta. Sementara pembaca Tribun Timur *online* masih rata-rata 1,3 juta per hari. Angka ini masih kecil dibanding jumlah *internet user* Indonesia.

Selain penggunaan internet yang semakin meningkat, kemajuan teknologi informasi juga telah membuka tahap baru bagi masyarakat untuk memperoleh informasi secara otonom. Sekat-sekat informasi dengan sendirinya menghilang oleh inisiatif kuat individu yang ingin mengetahui lebih jauh apa yang terjadi sekitarnya. Saat ini, khalayak sudah memiliki alat akses untuk mendapatkan informasi secara mudah kapanpun dan dimanapun mereka berada. Perkembangan perangkat teknologi informasi merupakan suatu yang harus ada dan diikuti oleh masyarakat modern saat ini. Perangkat teknologi informasi yang selama ini dianggap Tribun Timur menjadi peluangnya adalah *handphone*. *Handphone* sudah menjadi kebutuhan dan *trend* masyarakat di era revolusi industri 4.0.

Perkembangan *handphone* dianggap sebagai solusi dari permasalahan yang ada. Sumbangan perangkat teknologi informasi ini terhadap Tribun Timur secara optimistik adalah mampu mentransformasi sifat pekerjaan ke arah lebih efektif, efisien, dan kreatif. *Handphone* yang digunakan oleh wartawan dapat difungsikan untuk mengetik, mengedit, dan mengirim berita. Tentu dalam hal ini *handphone* sudah didukung dengan koneksi jaringan internet. Selain itu, *handphone* juga dapat digunakan untuk mengambil gambar berupa foto atau video di lapangan. Peran teknologi digital khususnya *handphone* dalam kehidupan sehari-hari tentunya sangat berpengaruh. Hal ini tidak terlepas dari aktivitas yang kerap kali ditunjang dengan teknologi informasi itu sendiri yang mampu menjawab tuntutan pekerjaan yang lebih

cepat, mudah, murah dan menghemat waktu. Perlu diketahui, bahwa perkembangan perangkat teknologi turut mengubah proses kerja jurnalistik Tribun Timur dan *job desk* reporter yang selama ini dilakukan secara analog kini mulai ditinggalkan dan beralih ke perangkat teknologi digital. Selain itu, juga memudahkan wartawan dalam melaksanakan tugasnya. Seperti yang dikemukakan oleh Thamzil Thahir:

Proses kerja jurnalistik proses kerjanya tentu kalau dulu itu dari sisi penggunaan teknologi kalau dulu kita lima tahun lalu 10 tahun lalu kita masih banyak memakai desktop kemudian berpindah ke *handphone* jenis *handphone* untuk cara kerja ya, ambil di *blackberry* hanya paket BIS net kemudian yang mengubah betul ini, ini lima atau tujuh tahun terakhir mengubah betul ini, itu ketika kita ambil video ketika masuk ke android sama ios itu mengubah betul cara kerja jadi yang dulunya dulu reporter masih bawa rekaman harus ada alat perekam atau *tape recorder*. Ini sudah tidak sekarang reporter satu kali ini video video video sudah direkam juga sekaligus sama kerja di teks juga. Jadi yang berubah betul itu hanya di proses cara kerja. Yang jelas kita mengikuti teknologi cara kerja wartawan di editor itu mengadaptasi juga dengan perkembangan teknologi yang ada yang dulunya hanya layarnya *qwerty* ini berpindah lagi ke layar *touchpad* yang dulunya waktu zaman desktop reporter bawa laptop kalau pergi meliput ya sekarang hanya cukup di *handphone* sudah cukup gitu. Jadi tahapan yang kita lalui sekarang lebih mudah dengan *handphone* jadi teknologi memudahkan kita jadi anak-anak ada berita simpan ketik langsung kirim anda tidak rumit lebih muda sekarang dengan medium kerjanya. Reporter yang ada di lapangan tidak perlu lagi ke kantor lagi untuk menyeter beritanya. Terus dari sisi administrasi kewartawanan reporter juga tidak perlu datang lagi ke kantor untuk absen dia cukup absen dari *handphone*-nya sudah selesai.<sup>133</sup>

Pernyataan tersebut seperti yang dikemukakan oleh Aqsa Riandy Pananrang:

Kalau Tribun Timur kan untuk menyikapi perkembangan teknologi artinya orang sekarang banyak beraktivitas menggunakan *handphone* sebenarnya, jadi untuk menyentuh pembaca artinya penambahan kita kan selama ini di cetak itu artinya dalam bentuk inovasi menyikapi perubahan zaman perubahan era yang semakin berkembang.<sup>134</sup>

Kemajuan teknologi menjadi jawaban dari kemajuan globalisasi yang kian menyelimuti dunia. Suatu kemajuan yang tentunya akan memberikan dampak bagi

---

<sup>133</sup>Thamzil Thahir (46 tahun), Wakil Pemimpin Redaksi 2, *Wawancara*, Makassar, 9 Januari 2020.

<sup>134</sup>Aqsa Riandy Pananrang (36 tahun), Wartawan, *Wawancara*, Makassar, 4 Februari 2020.

peradaban masyarakat. Perkembangan teknologi digital yang begitu pesat ditambah lagi dengan kemunculan berbagai aplikasi yang dapat mendukung dalam proses penyebaran informasi, telah memunculkan sebuah ide baru yang semakin membuka peluang bagi Tribun Timur untuk terus berinovasi. Oleh karena itu, Tribun Timur telah memiliki SDM yang berkualitas dan mampu untuk mengoperasikan perangkat teknologi digital. Adapun peluang Tribun Timur tersebut telah didukung oleh karakteristik media *online* antara lain:

a. Informasi Yang Disajikan Bersifat *Up To Date*

Media *online* memiliki proses penyajian berita yang mudah dan sederhana, sehingga memungkinkan untuk melakukan *upgrade* (pembaharuan) suatu berita atau informasi setiap waktu.

b. Informasi Bersifat *Real Time*

Media *online* dapat menyajikan berita atau informasi secara *live* (langsung) saat peristiwa sedang terjadi.

c. Akses Praktis

Media *online* dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Akses yang mudah ditawarkan dengan syarat terdapat jaringan internet dari alat pengakses berita (komputer dan *handphone/ smartphone*).

d. *Hyperlink System*

Sistem *hyperlink* yang terdapat pada media *online* merupakan sistem koneksi antara *website* dengan *website*. Sistem ini memungkinkan bagi pengakses suatu situs/

*website* untuk mengakses situs/ *website* lainnya. Sehingga informasi lain juga akan didapatkan pengakses.<sup>135</sup>

## 2. Tantangan

Secara umum, prospek bisnis koran Tribun Timur masih menjanjikan hingga beberapa tahun ke depan. Ini karena strategi yang dilakukan manajemen Tribun Timur dalam persaingan bisnis media *online* di Kota Makassar saat ini sudah sesuai. Tantangan terbesar bagi Tribun Timur adalah bukan melawan bersaing dengan perusahaan media besar lainnya. Melainkan saat ini media harus bersaing dengan publik. Seperti yang dikemukakan oleh Thamzil Thahir:

Nah ini tantangannya kalau dulu pesaingnya kita jelas koran A koran B media-media A, B, C, D gitu. Sekarang semua orang jadi pesaing kita, publik jadi pesaing kita. Sisa yang jadi tantangannya ini gimana kita konsisten menyajikan berita yang tetap dipenuhi sesuai asas-asas jurnalistik.<sup>136</sup>

Semakin banyaknya media-media *online* yang hadir di tengah-tengah masyarakat membuat masyarakat bebas memilih informasi atau berita-berita yang ingin diakses tanpa memperhatikan keakurat berita. Karena masih ada sebagian masyarakat awam mengutamakan faktor kecepatan dalam dalam mengakses informasi atau berita-berita di media *online*. Seperti yang dikemukakan oleh Jumadi Mappanganro:

Tribun Timur saat ini bersaing dengan para *personal publisher*. *Persona publisher* itu seperti akun-akun pribadi. Kami anggap juga sebagai kompetitor akan tetapi kami membedakan bahwa kalau kami ini berita yang ada di Tribun itu kami terkonfirmasi kalau *personal publisher* kan tidak harus terkonfirmasi dengan isu-isu yang *posting*, kalau kami harus bisa memastikan bahwa informasi yang kami sajikan itu memang sudah lewat verifikasi lewat konfirmasi jadi sedapat mungkin hoax kami bisa hindari. Keunggulan kami

---

<sup>135</sup>Indah Suryawati, *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 46-47.

<sup>136</sup>Thamzil Thahir (46 tahun), Wakil Pemimpin Redaksi 2, *Wawancara*, Makassar, 9 Januari 2020.



adalah punya SOP untuk verifikasi, jadi kami bisa menjamin bahwa berita atau informasi yang kami sajikan di *online* Tribun itu melalui verifikasi sehingga jauh dari hoax.<sup>137</sup>

Tribun Timur melakukan verifikasi dengan mengkonfirmasi informasi-informasi yang beredar agar sedapat mungkin menghindari berita hoax. Sehingga Tribun Timur memiliki keunggulan dengan SOP dalam menyajikan berita sesuai dengan asas-asas jurnalistik. Pelaku-pelaku penyebar hoaxpun saat ini bisa membuat media *online*, sehingga bisa memungkinkan penyebaran berita hoax semakin banyak. Hal tersebut terjadi karena media *online* semakin mudah untuk dibuat. Selain itu, media *online* tidak memiliki modal yang cukup besar dan bisa menghasilkan uang, sehingga saat ini ada sekitar 300-an media *online* yang ada di Makassar. Seperti yang dikemukakan oleh Mansur Amirullah:

Semakin mudah membuat media *online* sehingga media *online* semakin banyak. Tribun Timur seharusnya selalu inovatif supaya selalu terdepan. Di Makassar, ada kurang lebih 300-an media *online*.<sup>138</sup>

Tribun Timur menyelaraskan dirinya dengan perkembangan media *online* yang massif dan kian diminati khalayak dalam memperoleh informasi. Terutama pembaca dari kalangan usia 15 sampai 40 tahun. Ini karena informasi yang disebarkan melalui media *online* mudah dan cepat diketahui. Peristiwa hari itu, saat itu juga bisa diketahui masyarakat luas. Sedangkan koran harian semacam Tribun Timur edisi print baru dapat menerbitkannya di esok hari. Hal ini mengakibatkan orang punya habit baru dan menjadi tantangan bagi Tribun Timur edisi print. Mau tak mau, makin banyak jumlah media *online* harus menjadi perhatian serius bagi Tribun Timur. Jika sebuah media cetak tetap mempertahankan sifat konvensional seperti

---

<sup>137</sup>Jumadi Mappanganro (42 tahun), Koordinator Liputan, *Wawancara*, Makassar, 21 Februari 2020.

<sup>138</sup>Mansur Amirullah (38 tahun), Manajer Digital, *Wawancara*, Makassar, 13 Januari 2020.

yang masih terjadi pada beberapa media cetak di Indonesia, maka tidak mustahil jika media *online* akan menjadi alternatif masyarakat untuk mendapatkan sebuah berita dan informasi. Oleh karena itu, agar tidak ditinggal pembacanya alias tidak punah, Tribun Timur harus mempertahankan strateginya yang sejak beberapa tahun terakhir telah melakukan konvergensi media yakni menata dan terus memperbaiki media *online*-nya. Selain itu, dalam konvergensi media teknologi baru dan canggih identik dengan kebutuhan akan modal untuk bisa memiliki dan menggunakan teknologi baru tersebut. Artinya, jauh-jauh hari harus ada penggalangan modal, untuk menyambut era konvergensi media yang dinamis itu.

Selain itu, menemukan model bisnis yang tepat menjadi tantangan terberat dalam media *online* Tribun Timur. Sebagaimana layaknya sebuah industri, bisnis media memerlukan nilai investasi yang tidak kecil. Apalagi, media *online* Tribun Timur ini yang syarat akan teknologi terbaru. Sudah selayaknya, nilai investasi akan selalu dihitung kapan balik modal dan sejauh mana nilai *revenue*-nya. Tidak terkecuali, bisnis media di Tribun Timur pun selalu mendapat pertanyaan tentang kejelasan *break event point*. Bahkan ketika ada rencana melakukan perubahan yang membutuhkan investasi besar, hambatan pertama yang muncul adalah berapa nilai investasi dan kapan balik modal.

Selanjutnya tantangan media *online* Tribun Timur adalah bagaimana mendapatkan keuntungan dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sehingga koran dapat memainkan peran lebih besar dan lebih konstruktif sebagai pendidik dan penghibur. Konten tersebut masih merupakan inti dari sebuah industri media. Selama beberapa tahun terakhir, pengiriman konten dapat dilakukan melalui *multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*. Melalui

*multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*, pengiriman konten dapat dilakukan secara massal, simultan, efektif, efisien, dan cara intensif.

Tantangan lain yang tidak kalah pentingnya adalah persepsi mengenai konvergensi yang belum satu suara. Hal ini dapat berdampak pada keputusan dan kebijakan yang saling bertentangan karena belum ada kesepemahaman tentang konsep konvergensi. Menyamakan persepsi mengenai konvergensi menjadi hal yang penting. Sebab sampai sekarang masih ada perbedaan sudut pandang mengenai konvergensi. Sesungguhnya belum ada media di Indonesia yang melakukan konvergensi media secara utuh. Prinsip konvergensi mengharuskan manajemen terpadu untuk berbagai *platform*. Sejauh ini media di Indonesia baru dalam tahap koordinasi, sinkronisasi, dan sinergi, bukan konvergensi, termasuk Tribun Timur.

#### **D. Pembahasan**

Subbab ini berisi tentang pembahasan secara naratif. Terdapat dua bagian besar dalam subbab ini yaitu mengenai manajemen media *online* Tribun Timur dan peluang dan tantangan media *online* Tribun Timur.

##### **1. Manajemen Media *Online* Tribun Timur**

###### **a. Inovasi Konvergensi Media Tribun Timur**

Inovasi konvergensi media *online* Tribun Timur dipahami sebagai cara untuk mencapai tujuan jangka panjang yang dapat berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi, dan *joint venture*. Inovasi konvergensi media *online* Tribun Timur juga dapat diartikan sebagai proses penentuan rencana para

pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Tribun Timur dengan sadar telah mengambil sebuah keputusan untuk melakukan perubahan dengan mentransformasikan dirinya menuju konvergensi media. Keyakinan Tribun Timur untuk berubah ini didasarkan pada pendapat yang mengatakan ketika bentuk-bentuk media komunikasi yang lebih baru muncul, bentuk-bentuk terdahulu biasanya tidak mati, terus berkembang dan beradaptasi.

Faktor lain yang melatarbelakangi Tribun Timur melakukan perubahan adalah adanya visi misi perusahaan yang ingin mencapai *enlightening people* dengan melakukan sinergi bisnis dan sumber daya, produk dan layanan inovatif bagi pelanggan, dan transformasi dan ekspansi bisnis. Filosofi yang dianut adalah dari *newspaper* berubah menjadi *newsbrand*. Kesepemahaman visi misi oleh pimpinan dan karyawan memberikan kekuatan dan dorongan untuk berubah. Apalagi Tribun Timur sadar, bahwa jati diri sebuah industri media adalah perubahan.

Meski melakukan perubahan, Tribun Timur yakin bahwa setiap koran itu memiliki roh tertentu yang membuat masyarakat memilih media yang tepat. Akurasi, kredibilitas, dan kepercayaan dari masyarakat merupakan roh media yang oleh Tribun Timur akan dijadikan roh setiap brand Tribun Timur, baik cetak, maupun *online*. Tribun Timur harus berani keluar dari zona nyaman dengan cara berubah. Perubahan yang dilakukan Tribun Timur demi *survival* dan demi pelayanan kepada masyarakat yang lebih baik. Perubahan itu harus disesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi dengan melakukan adaptasi dan mengedepankan karya inovatif dan kreatif.melakukan konvergensi.

Pada hakekatnya transformasi Tribun Timur tidak meniadakan produk terdahulu. Dengan kata lain produk terdahulu terus berkembang bersamaan dengan produk baru yang telah dilahirkan oleh Tribun Timur. Artinya, produk baru media tidak menggantikan produk lama. Filosofi ini mendasari Tribun Timur untuk melakukan perubahan dan upaya Tribun Timur melakukan transformasi ini benar-benar dilandasi semangat bahwa media baru yang dimanfaatkan untuk transformasi ini justru harus mampu memperkuat media atau produk lama. Sehingga produk baru Tribun Timur menjadi ekstensi produk media cetaknya. Pergeseran perilaku khalayak bermedia, menjadi pemicu bagi Tribun Timur untuk melakukan terobosan, tanpa meninggalkan produk lama. Tribun Timur berupaya untuk men-*deliver* konten-konten yang ada di media cetak melalui *platform* lain yang mulai banyak digunakan masyarakat. Artinya, Tribun Timur ingin melayani pelanggannya untuk tetap dapat mengakses konten-konten media cetaknya melalui media lain yang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi.

#### b. Manajemen Redaksional Tribun Timur

Manajemen media *online* pada Tribun Timur yang tidak terlepas dari manajemen redaksionalnya. Karena manajemen redaksional merupakan elemen yang penting dalam perusahaan media, dengan adanya manajemen yang baik maka tujuan perusahaan dapat tercapai. Sebab, persaingan antar perusahaan media saat ini menuntut pihak redaksi untuk mengamati khalayak dan mengembangkan konten berita dengan inovasi yang baru. Sehingga manajemen redaksional diperlukan oleh Tribun Timur untuk mengikuti *trend* yang ada dan memunculkan inovasi-inovasi baru khususnya dalam media *online*. Dengan demikian, Tribun Timur dapat

memproduksi berita yang baik dan nantinya akan disebarluaskan kepada khalayak. Karena *trend* dan inovasi akan menjadikan media *online* Tribun Timur berbeda dengan media-media *online* lainnya.

Manajemen redaksional pada Tribun Timur terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Ada pun perinciannya sebagai berikut:

#### 1) Perencanaan

Pemilihan serangkaian kegiatan dan keputusan selanjutnya apa yang dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Tribun Timur menjalankan fungsi perencanaan dalam manajemen redaksionalnya dengan cara melakukan rapat redaksi yang meliputi penjadwalan liputan, *budgeting*, desain *layout*, dan menentukan tujuan peliputan. Penjadwalan yang dilakukan oleh Tribun Timur sesuai dengan agenda-agenda yang direncanakan pada saat rapat dan juga sesuai dengan orderan atau surat yang masuk. Surat yang masuk ke redaksi dicatat dan diagendakan melalui sekretaris redaksi yang ada di sekretariat. Kemudian koordinasi yang dilakukan antara *news manager* (koordinator liputan) dengan wartawan dilakukan via grup *whatsapp* saat ini. Koordinasi tersebut merupakan cara Tribun Timur dalam memanfaatkan teknologi di era revolusi industri 4.0 ini, agar memudahkan wartawan melakukan komunikasi dalam hal peliputan. Perencanaan lainnya yang dijalankan oleh Tribun Timur adalah perencanaan *budgeting* yang dilakukan setiap hari di rapat *budgeting*. Rapat *budgeting* ini bisa dibilang sebagai perencanaan baik dari segi konten maupun sumber pendanaan agar bisa mencapai tujuan. Rapat *budgeting* yang dilakukan oleh Tribun Timur ini membahas konten yang layak naik di cetak maupun di *online* agar khalayak tertarik untuk membaca berita di Tribun Timur. Selanjutnya

perencanaan desain lebih menitikberatkan kepada penyusunan rencana terhadap *layout* dan tampilan perwajahan dari Tribun Timur itu sendiri.

Dalam perencanaan desain, redaksi menentukan beberapa hal yang seringkali menjadi pembahasan yaitu tentang pemecahan kolom tulisan, penentuan letak *headline*, peletakan gambar, foto, video, animasi dan lain-lain. Selain itu, perencanaan lain yang dilakukan oleh Tribun Timur yaitu mengenai tujuan dari peliputan tersebut. Tribun Timur menetapkan tujuan bahwa informasi yang diproduksi oleh mereka selain layak jual juga harus berguna untuk masyarakat. Tujuan dari ini agar masyarakat juga bisa merasakan tidak hanya informasi namun juga bisa mengetahui solusi sehingga masyarakat pun ikut tergerak oleh informasi tersebut. Kemudian untuk perencanaan judul berita, Tribun Timur mewajibkan judul berita tidak boleh sama pada media cetak dan media *online* Tribun Timur. Karena judul berita itu penting dan menjadi daya tarik utama pembaca, maka berita yang sama dengan judul yang berbeda dibuat supaya ada perbedaan antara berita yang disajikan di cetak maupun di *online*. Oleh karena itu, berita-berita yang disajikan di media cetak dan *online* Tribun Timur bisa sama-sama dibaca oleh khlayak meskipun memiliki perbedaan yang sedikit.

## 2) Pengorganisasian

Setelah rencana-rencana disusun, maka tugas selanjutnya adalah mengorganisasi sumber-sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. tahap ini disebut dengan pengorganisasian karena merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimilikinya, dan lingkungan yang melingkupinya. Redaksi melakukan fungsi peongorganisasian dalam manajemen redaksionalnya, yaitu dengan menentukan struktur redaksi dan

menentukan *job description* masing masing. Tribun Timur menentukan struktur redaksinya seperti pada media lainnya. Struktur redaksi ini terdiri dari pemimpin redaksi yang mengawasi dan bertanggung jawab atas semua kegiatan redaksi Tribun Timur. Pemimpin redaksi diharuskan orang berpengalaman dan sudah lama dalam dunia jurnalistik, untuk itu pemilihan.

### 3) Pelaksanaan

Tahapan ini merupakan tahapan yang sangat penting pada manajemen redaksional Tribun Timur, karena adanya pelaksanaan atau pengarahan, maka proses pencarian materi pemberitaan diawali dengan kegiatan peliputan yang dilakukan oleh reporter. Pada manajemen redaksi Tribun Timur, pelaksanaan kegiatan dilakukan sesuai runtunan prosedur yang dimulai dari mencari, mengumpulkan, mengelola dan menyajikan informasi dalam bentuk berita untuk disebarluaskan kepada khalayak. Proses pencarian berita merupakan tahap awal dari sebuah berita, meliputi peliputan berita yang dilakukan oleh reporter yang bertugas di lapangan. Aktivitas peliputan berita dilakukan setelah melewati proses perencanaan dalam rapat redaksi. Khusus untuk liputan insidental dilakukan oleh koordinator liputan yang di backup oleh redaktur. Setelah proses peliputan berita selesai kemudian berita di kirim ke email redaksi untuk selanjutnya diseleksi oleh editor. Disini ada dua editor yang bekerja, ada editor cetak dan ada juga editor *online*. Editor cetak juga merangkap sebagai editor di *online*. Karena berita yang dikirim oleh reporter sudah dibuat dengan konsep *online*, kecuali berita yang sifatnya eksklusif. Maka dari itu waktu penyeleksian berita yang dibutuhkan oleh seorang editor sekitar lima sampai delapan menit lalu dimuat di *online*. Selain itu, berita yang



sudah dimuat di *online* kembali dimuat di cetak setelah diolah kembali oleh editor cetak.

Selanjutnya, untuk varian berita Tribun Timur masih fokus pada berita politik, olahraga, ekonomi, dan hiburan. Sedangkan penulisan berita di Tribun Timur memuat unsur 5W+1H sebagai unsur mutlak dalam jurnalisme. *Who* (Siapa yang pegang peranan), *what* (apa peristiwanya), *when* (bilamana peristiwanya terjadi), *where* (dimana peristiwa terjadi), *why* (mengapa peristiwa itu terjadi) dan *how* (bagaimana peristiwa itu terjadi). Kemudian Tribun Timur juga memiliki gaya bercerita *human interest*, dan gaya *on the spot*. Untuk variasi beritanya tidak terlalu jauh berbeda antara media cetak dengan media online Tribun Timur. Sehingga konsep jurnalisme Tribun Timur tetap dipakai dalam penyajian berita. Karena pada dasarnya media cetak dan media *online* Tribun Timur itu sama, dan yang membedakan itu hanya mediumnya saja, maka secara keseluruhan penyajian berita di Tribun Timur baik cetak maupun *online* juga sama yakni harus ada peristiwa. Meskipun memiliki konten yang sama, namun memiliki perbedaan cara pengemasan berita di cetak dan di *online*. Berita di *online* lebih memancing, lebih panjang, dan lebih menggoda. Sedangkan di cetak beritanya pendek-pendek karena memiliki *space* yang terbatas. Judul yang panjang dibuat menjadi pendek, cerita yang panjang dibuat menjadi cerita yang sederhana supaya pembaca dengan waktu membaca sedikit bisa mendapatkan keseluruhan isi berita. Untuk proses *update* berita, Tribun Timur selalu mengupdate berita dari menit ke menit sesuai isu yang diberitakan. Hal tersebut dilakukan untuk mengejar target pembaca setiap harinya. Namun, ada beberapa berita yang masih dapat dibaca di timeline berita yang menyediakan berita yang sudah tampil namun bisa dibaca lagi meski sudah bukan menjadi *headline*.

#### 4) Pengawasan

Pengawasan merupakan pengukuran kinerja, membandingkan antara hasil yang sesungguhnya dengan rencana serta mengambil tindakan pembetulan yang diperlukan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja jalannya aktivitas penyajian berita terkait konten secara efektif. Tribun Timur dalam melakukan pengawasan melihat mekanisme kerja dilakukan sangat baik, karena sebelum melakukan proses pencetakan dan proses *upload* berita, terlebih dahulu diadakan rapat dalam melihat hasil liputan yang dilakukan oleh reporter. Hal tersebut bertujuan untuk memperhatikan keakuratan dan kesalahan penulisan berita. Untuk konten berita, Tribun Timur juga selalu mengawasi dalam kegiatan memproses berita, yaitu memproduksi berita, menyiarkan berita, dan mengevaluasi berita. Kegiatan tersebut terus dilakukan secara *continue* agar tugas memproduksi berita tidak terhenti di tengah jalan. Pengawasan dalam kegiatan memproduksi berita, dipimpin oleh seorang manajer digital dan editor *online* yang bertanggung jawab terkait isi berita secara keseluruhan. Dalam hal ini, kadang kala berita di *online* butuh kecepatan sehingga terjadi *error* pada penulisan karena beritanya harus segera di-*upload*. Oleh karena itu, bahwa karena faktor kecepatan terkadang masih sering terjadi kesalahan penulisan berita di *online* seperti kurang huruf atau kelebihan huruf dan tidak baku. Hal tersebut terjadi karena di *online* hanya memiliki satu editor saja yakni dari reporter langsung ke editor. Berbeda dengan di cetak kesalahan penulisan hampir tidak ada karena melalui beberapa tahap mulai dari repertor mengirim berita ke editor, kemudian dilihat *layout*, lalu dibaca *direct corrector* untuk melihat kesalahan. Sehingga manajer digital dan editor *online* harus lebih teliti mengawasi seluruh kegiatan pemberitaan. Hal tersebut dilakukan Tribun Timur untuk menjaga

eksistensinya dikalangan pembaca, bila mana berita yang di cetak atau di-upload tidak memenuhi syarat akan dilakukan peliputan kembali agar pembaca tidak menerima berita yang tidak faktual.

Tribun Timur menjaga mekanisme kerja *team work* sebagai strategi yang mendukung dalam menjaga eksistensinya. Tribun Timur melakukan rapat evaluasi setiap harinya, bertujuan untuk menilai berita yang layak untuk diterbitkan atau tidak. Evaluasi juga dilakukan setiap hari dengan pemimpin redaksi. Disini terlihat Tribun Timur melakukan fungsi pengawasan dalam manajemen redaksionalnya. Dari pengawasan tersebut setiap bulannya ada penialaian hasil kerja dari *key performance indicator* yang merupakan model pelaporan rapor redaksi yang berasal dari pusat dan manajer digital bertugas untuk mengisi *from* penilaian tiap bulannya terkait dengan target bagus atau tidak. Didalamnya juga terdapat juga rapor penilaian personal (individu) terkait dengan kuantitas dan rekap penilaian tim terkait dengan target, hasil, dan pencapaian target seperti jumlah *visitor* pada portal dan *follower* pada media sosial Tribun Timur.

#### c. Implikasi Teknologi Informasi dan Media Baru Dalam Inovasi Tribun Timur

Tribun Timur akhirnya memutuskan untuk mengimplikasikan teknologi informasi dan media baru (media *online*), yaitu *multimedia*, *multichannel*, *multiplatform*. Artinya produk Tribun Timur cetak dapat dilengkapi dengan foto, grafis, video, teks dan dapat diakses melalui koran maupun internet dengan menggunakan media komputer, internet, kertas, radio, televisi, laptop dan *gadget* lainnya. Apa yang ditawarkan oleh media cetak dibandingkan dengan media *online* Tribun Timur adalah kapasitas untuk memperluas volume informasi yang memungkinkan untuk individu melalui kontrol yang lebih besar dan suatu

kapasitas untuk menyeleksi informasi tertentu yang mereka harapkan dapat diterima. Oleh karena itu, media baru berkesan tanpa mediasi karena bisa digunakan secara langsung tanpa melalui organisasi media yang rumit seperti layaknya organisasi media tradisional. Implikasi teknologi informasi dan media baru memungkinkan Tribun Timur melakukan komunikasi dua arah yang bersifat interaktif, sehingga dapat memuaskan keinginan khlayak.

Setelah mengimplikasikan media *online*, muncullah berbagai peluang untuk lebih maju dan berkembang. Apalagi Tribun Timur memiliki harta karun berupa konten dan Tribun Timur memiliki media baik itu cetak maupun *online* yang sangat berpotensi dapat mendeliver konten kepada khalayak. Transformasi yang dilakukan Tribun Timur didasari semangat kerjasama antar *platform*. Sinergi, sinkronisasi, dan koordinasi selalu hadir dan melekat dalam setiap perubahan menuju kesempurnaan mencapai *enlightening people*. Tribun Timur memahami, konvergensi dapat dilakukan dalam kondisi apapun tanpa harus melakukan perubahan radikal yang mensyaratkan adanya *single newsroom*. Dengan kata lain konvergensi sudah dilaksanakan di Tribun Timur dan disesuaikan dengan visi misi lembaga untuk meraih *enlightening people*. Bagi Tribun Timur, konvergensi media diimplikasikan dan disesuaikan dengan kemampuan berinvestasi dan kebutuhan dan tidak terjebak pada persoalan teknis semata. Jadi konvergensi secara utuh dapat dilakukan oleh media disesuaikan dengan konteksnya atau konvergensi kontekstual. Dengan demikian, Tribun Timur sudah mencapai konvergensi dengan mengimplikasikan teknologi informasi dan media baru secara langsung membuat Tribun Timur sudah mencapai konvergensi kontinum yang di antaranya berupa *cross promotion*,

*cloning, content sharing, dan konvergensi repackaging.*

Implikasi teknologi informasi dan media baru telah mendorong Tribun Timur melakukan diversifikasi dan memperbaiki kualitas produk disesuaikan dengan kebutuhan pembaca. Pola ini sangat memungkinkan berkembang, karena Tribun Timur memiliki harta karun berupa konten yang setiap saat dapat dimanfaatkan bersama media cetak dan media *online* Tribun Timur. Dampak implikasi teknologi informasi dan media baru ini membuahkan hasil. Penghargaan atas pencapaian itu diperoleh dalam kurun waktu yang sangat singkat. Sehingga Tribun Timur saat ini dapat meningkatkan jumlah *visitor* Tribun Timur, yakni pada tahun 2019 pembaca Tribun Timur mencapai 464,8 juta. Adapun pembaca Tribun Timur versi cetak tahun 2019 berdasarkan hasil survei Nielsen mencapai 250 ribu pembaca. Dengan demikian, apa yang dilakukan oleh Tribun Timur, konvergensi media menjadi kenyataan ketika industri media melakukan sinergi, koordinasi, dan sinkronisasi antar *platform* yang berbeda dalam satu kepemilikan. Sehingga yang dihasilkan dari pola kerjasama tersebut adalah konvergensi utuh, karena konvergensi yang dilakukan bukan parsial. Kalaupun mau disebut dengan kata lain adalah konvergensi dengan skala besar, sedang, atau kecil.

## 2. Peluang dan Tantangan

### a. Peluang

Saat ini, Tribun Timur telah optimis dalam berupaya mengadopsi teknologi informasi dan media baru di samping adanya keterbatasan-keterbatasan. Alasan ekonomilah yang menjadikan teknologi sebagai peluang yang menjanjikan. Pertama, adanya peluang dalam bisnis dan pendapatan dari produk yang berasal dari teknologi

multimedia. Kedua, adanya peluang dari kebijakan baru yang telah ditetapkan pemerintah untuk memasukkan media *online* sebagai media partner atau kerjasama. Selain itu, Tribun Timur memiliki peluang untuk meningkatkan jumlah pelanggan atau pembacanya. Kerena pembaca Tribun Timur saat ini masih rata-rata 1,3 juta pembaca perharinya melalui media *online*. Angka ini masih kecil jika dibandingkan dengan pengguna atau *user* internet yang mencapai kisara 175,4 juta.

Selain penggunaan internet yang semakin meningkat, kemajuan teknologi informasi juga telah membuka tahap baru bagi masyarakat untuk memperoleh informasi secara otonom. Sekat-sekat informasi dengan sendirinya menghilang oleh inisiatif kuat individu yang ingin mengetahui lebih jauh apa yang terjadi sekitarnya. Saat ini, khalayak sudah memiliki alat akses untuk mendapatkan informasi secara mudah kapanpun dan dimanapun mereka berada. Perkembangan perangkat teknologi informasi merupakan suatu yang harus ada dan diikuti oleh masyarakat modern saat ini. Perangkat teknologi informasi yang selama ini dianggap Tribun Timur menjadi peluangnya adalah *handphone*. *Handphone* sudah menjadi kebutuhan dan *trend* masyarakat di era revolusi industri 4.0.

Perkembangan *handphone* dianggap sebagai solusi dari permasalahan yang ada. Sumbangan perangkat teknologi informasi ini terhadap Tribun Timur secara optimistik adalah mampu mentransformasi sifat pekerjaan ke arah lebih efektif, efisien, dan kreatif. *Handphone* yang digunakan oleh wartawan dapat difungsikan untuk mengetik, mengedit, dan mengirim berita. Tentu dalam hal ini *handphone* sudah didukung dengan koneksi jaringan internet. Selain itu, *handphone* juga dapat digunakan untuk mengambil gambar berupa foto atau video di lapangan. Peran teknologi digital khususnya *handphone* dalam kehidupan sehari-hari tentunya sangat

berpengaruh. Hal ini tidak terlepas dari aktivitas yang kerap kali ditunjang dengan teknologi informasi itu sendiri yang mampu menjawab tuntutan pekerjaan yang lebih cepat, mudah, murah dan menghemat waktu. Perlu diketahui, bahwa perkembangan perangkat teknologi turut mengubah proses kerja jurnalistik Tribun Timur dan *job desk* reporter yang selama ini dilakukan secara analog kini mulai ditinggalkan dan beralih ke perangkat teknologi digital. Selain itu, juga memudahkan wartawan dalam melaksanakan tugasnya. Kemajuan teknologi menjadi jawaban dari kemajuan globalisasi yang kian menyelimuti dunia. Suatu kemajuan yang tentunya akan memberikan dampak bagi peradaban masyarakat. Perkembangan teknologi digital yang begitu pesat ditambah lagi dengan kemunculan berbagai aplikasi yang dapat mendukung dalam proses penyebaran informasi, telah memunculkan sebuah ide baru yang semakin membuka peluang bagi Tribun Timur untuk terus berinovasi. Oleh karena itu, Tribun Timur telah memiliki SDM yang berkualitas dan mampu untuk mengoperasikan perangkat teknologi digital.

#### b. Tantangan

Tantangan terbesar bagi Tribun Timur adalah bukan melawan bersaing dengan perusahaan media besar lainnya. Semakin banyaknya media-media *online* yang hadir di tengah-tengah masyarakat membuat masyarakat bebas memilih informasi atau berita-berita yang ingin diakses tanpa memperhatikan keakurat berita. Karena masih ada sebagian masyarakat awam mengutamakan faktor kecepatan dalam mengakses informasi atau berita-berita di media *online*. Tribun Timur melakukan verifikasi dengan mengkonfirmasi informasi-informasi yang berdar agar sedapat mungkin menghindari berita hoax. Sehingga Tribun Timur memiliki keunggulan dengan SOP dalam menyajikan berita sesuai dengan asas-asas jurnalistik.

Pelaku-pelaku penyebar hoaxpun saat ini bisa membuat media *online*, sehingga bisa memungkinkan penyebaran berita hoax semakin banyak. Hal tersebut terjadi karena media *online* semakin mudah untuk dibuat. Selain itu, media *online* tidak memiliki modal yang cukup besar dan bisa menghasilkan uang, sehingga saat ini ada sekitar 300-an media *online* yang ada di Makassar.

Tribun Timur menyelaraskan dirinya dengan perkembangan media *online* yang massif dan kian diminati khalayak dalam memperoleh informasi. Terutama pembaca dari kalangan usia 15 sampai 40 tahun. Ini karena informasi yang disebarkan melalui media *online* mudah dan cepat diketahui. Peristiwa hari itu, saat itu juga bisa diketahui masyarakat luas. Sedangkan koran harian semacam Tribun Timur edisi print baru dapat menerbitkannya di esok hari. Hal ini mengakibatkan orang punya habit baru dan menjadi tantangan bagi Tribun Timur edisi print. Mau tak mau, makin banyak jumlah media *online* harus menjadi perhatian serius bagi Tribun Timur. Jika sebuah media cetak tetap mempertahankan sifat konvensional seperti yang masih terjadi pada beberapa media cetak di Indonesia, maka tidak mustahil jika media *online* akan menjadi alternatif masyarakat untuk mendapatkan sebuah berita dan informasi. Oleh karena itu, agar tidak ditinggal pembacanya alias tidak punah, Tribun Timur harus mempertahankan strateginya yang sejak beberapa tahun terakhir telah melakukan konvergensi media yakni menata dan terus memperbaiki media *online*-nya. Selain itu, dalam konvergensi media teknologi baru dan canggih identik dengan kebutuhan akan modal untuk bisa memiliki dan menggunakan teknologi baru tersebut. Artinya, jauh-jauh hari harus ada penggalangan modal, untuk menyambut era konvergensi media yang dinamis itu.



Selain itu, dalam menemukan model bisnis yang tepat menjadi tantangan terberat dalam media *online* Tribun Timur. Sebagaimana layaknya sebuah industri, bisnis media memerlukan nilai investasi yang tidak kecil. Apalagi, media *online* Tribun Timur ini yang syarat akan teknologi terbaru. Sudah selayaknya, nilai investasi akan selalu dihitung kapan balik modal dan sejauh mana nilai *revenue*-nya. Tidak terkecuali, bisnis media di Tribun Timur pun selalu mendapat pertanyaan tentang kejelasan *break event point*. Bahkan ketika ada rencana melakukan perubahan yang membutuhkan investasi besar, hambatan pertama yang muncul adalah berapa nilai investasi dan kapan balik modal.

Selanjutnya tantangan media *online* Tribun Timur adalah bagaimana mendapatkan keuntungan dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sehingga koran dapat memainkan peran lebih besar dan lebih konstruktif sebagai pendidik dan penghibur. Konten tersebut masih merupakan inti dari sebuah industri media. Selama beberapa tahun terakhir, pengiriman konten dapat dilakukan melalui *multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*. Melalui *multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*, pengiriman konten dapat dilakukan secara massal, simultan, efektif, efisien, dan cara intensif. Tantangan lain yang tidak kalah pentingnya adalah persepsi mengenai konvergensi yang belum satu suara. Hal ini dapat berdampak pada keputusan dan kebijakan yang saling bertentangan karena belum ada kesepemahaman tentang konsep konvergensi. Menyamakan persepsi mengenai konvergensi menjadi hal yang penting. Sebab sampai sekarang masih ada perbedaan sudut pandang mengenai konvergensi. Sesungguhnya belum ada media di Indonesia yang melakukan konvergensi media

secara utuh. Prinsip konvergensi mengharuskan manajemen terpadu untuk berbagai *platform*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### ***A. Kesimpulan***

Sebagai media massa Tribun Timur berinovasi dalam merebut hati pembaca dan meningkatkan kue iklannya. Pada manajemen media *online*-nya, Tribun Timur melakukan inovasi konvergensi media dengan mengadopsi teknologi media baru atau *new media* dalam sistem pengelolaan medianya dengan membentuk *platform online* dan divisi khusus yang menangani media tersebut. Sehingga Tribun Timur dapat melakukan penyesuaian diri untuk mengarah ke bisnis digital dengan melakukan transformasi ke media *online*. Tribun Timur melihat bahwa media *online* memiliki kelebihan jika dibandingkan dengan media konvensional pada umumnya. Dalam hal ini Tribun Timur melakukan konvergensi yakni mendistribusikan beritanya tidak hanya lewat media cetak saja, akan tetapi juga dengan melalui media *online* yang mana mesin penggerakannya adalah internet.

Dalam manajemen redaksinya, Tribun Timur menjalankan fungsi perencanaan. Kemudian redaksi melakukan fungsi pengorganisasian. Selanjutnya, melaksanakan fungsi pelaksanaan kegiatan, Tribun Timur melakukannya sesuai runtunan prosedur. Dalam hal ini Tribun Timur memiliki strategi dalam menjalankan fungsi pelaksanaan pada manajemen redaksinya yakni, strategi pemberitaan Tribun Timur melalui media *online*, strategi pewajahan Tribun Timur, dan strategi media *online* Tribun Timur dalam meningkatkan pengunjung atau pembaca. Kemudian Tribun Timur dalam melakukan pengawasan melihat mekanisme kerja dilakukan sangat baik sebelum melakukan proses pencetakan dan proses *upload* berita.

Selain itu, Tribun Timur mengimplikasikan teknologi informasi dan media baru dalam inovasinya yakni *multimedia*, *multichannel*, *multiplatform*. Dalam hal ini, produk Tribun Timur cetak dapat dilengkapi dengan foto, grafis, video, teks dan dapat diakses melalui koran maupun internet dengan menggunakan media komputer, internet, kertas, radio, televisi, laptop dan *gadget* lainnya. Implikasikan teknologi informasi dan media baru yang telah dilakukan oleh Tribun Timur terdiri dari Tribun Timur *E-Paper*, Media Sosial Tribun Timur, Portal Tribun Timur, Tribun Timur Dialog Virtual, Tribun Timur *Podcast*, dan Tribun Family Card.

Peluang Tribun Timur saat ini adalah meningkatnya jumlah pelanggan atau pembacanya. Kerena pembaca Tribun Timur saat ini masih lebih kecil jika dibandingkan dengan pengguna atau *user* internet sehingga berpeluang untuk terus meningkat. Tentu hal ini sudah didukung dengan perkembangan perangkat teknologi informasi dan berbagai aplikasi yang dapat mendukung dalam proses penyebaran informasi, telah memunculkan sebuah ide baru yang semakin membuka peluang bagi Tribun Timur untuk terus berinovasi. Karena Tribun Timur telah memiliki SDM yang berkualitas dan mampu untuk mengoperasikan perangkat teknologi digital.

Selain itu, tantangan terbesar bagi Tribun Timur adalah bukan melawan bersaing dengan perusahaan media besar lainnya. Melainkan saat ini media harus bersaing dengan publik. Semakin banyaknya media-media *online* yang hadir di tengah-tengah masyarakat membuat masyarakat bebas memilih informasi atau berita-berita yang ingin diakses tanpa memperhatikan keakurat berita. Karena masih ada sebagian masyarakat awam mengutamakan faktor kecepatan dalam dalam mengakses informasi atau berita-berita di media *online*. Selain itu, dalam konvergensi media teknologi baru dan canggih identik dengan kebutuhan akan modal untuk bisa

memiliki dan menggunakan teknologi baru tersebut. Artinya, jauh-jauh hari harus ada penggalangan modal, untuk menyambut era konvergensi media yang dinamis itu.

### ***B. Implikasi Penelitian***

Setelah melakukan penelitian dan telah mendapatkan hasil, penulis perlu memberikan saran dalam beberapa hal yang sekiranya dapat diwujudkan oleh Tribun Timur agar eksistensinya dapat memberikan manfaat lebih besar kepada pembaca. Beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan Tribun Timur adalah:

1. Tribun Timur harus tetap melakukan inovasi yang kreatif dan mengikuti perkembangan zaman.
2. Manajemen Tribun Timur harus tetap ditingkatkan agar tetap menjadi media inovatif dalam menyambut revolusi industri 5.0.
3. Tribun Timur harus tetap menyajikan berita-berita yang aktual, cepat, dan terpercaya khususnya berita-berita seputar perkotaan yang berperan dalam mencerdaskan masyarakat pada umumnya.
4. Tribun Timur sebaiknya memiliki wartawan khusus untuk koran dan khusus untuk portal karena, agar berita yang dimuat di koran dan di portal berbeda, sehingga bisa menarik perhatian pembaca.
5. Pembaca sebagai konsumen hendaknya menjadi pembaca yang cerdas dalam menerima informasi yang disajikan oleh media, demi perbaikan-perbaikan media itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. Ali S.T. *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*. Bandung: Penerbit M2S, 2005.
- Amsyah, Zulkifly. MLS., *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Gramedia, 2005.
- Assumpta Rumanti, Maria. *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Grasindo, 2002.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada media Group, 2008.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cet. 9; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi Kedua. Cet. ke-13; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.
- Dilla, Sumadi. *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosis Rakatama Media, 2007.
- Djuroto, Totok. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakaryah, 2004.
- Effendi, Usman. *Asas Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Ermanto. *Wartawan handal dan Profesional, Panduan Praktis Dan Teoritis*. Yogyakarta: Cinta Pena, 2005.
- Everette, Rogers. *A History Of Communication Study*, dalam Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber*. Cet. 2; Jakarta: Pranadamedia Grup, 2014.
- Fahmi, Irham. *Manajemen, Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung, Alfabeta: 2012.
- Fisher, Aubrey. *Teori-Teori Komunikasi Massa*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 1986.
- . *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- . *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga 1992.
- Grant A. E. dan Wilkinson, J. S. *Understanding Media Convergence; The State of the Field*. New York: Oxford University Press, 2009
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Idrus, Muhammad. *Metode penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Jogja; UII Press, 2007.
- Iriantara, Yosai. *Manajemen Media Massa*, Edisi Kedua. Jakarta: Universitas Terbuka, 2014.
- Iskandar Muda, Deddy. *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- Ismainar, Hetty. *Administrasi Kesehatan Masyarakat*. Yogyakarta, Deepublish: 2013.

- J. Moleong, Lexy. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, 2001.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta; Intermasa, 1993.
- Khalik, Abdul. *Komunikasi Massa*. Cet.I; Makassar: Alauddin University Press, 2013.
- Kindarto, Asdani. *Belajar Sendiri Youtube: Menjadi Mahir Tanpa Guru*. Jakarta: PT Elexmedia Komputindo, 2008.
- Lestari, Rani Dwi. "Quality News dan Popular News Sebagai Trend pemberitaan Media Online: Study Deskriptif Kualitatif Trend Pemberitaan Quality News dan Popular News Pada Media Online Nasional di Indonesia priode 2016". *Channel 5*, no. 1 (2017): h. 83-94.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extension of Man*. New York: McGraw-Hill, 1964.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Mondry. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Cet. 1; Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2008.
- Morissan. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Cet. 1; Jakarta: Kencana, 2013.
- Nasrullah, Rulli. *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber*. Cet. 3; Jakarta: Prenadamedia Grup, 2018.
- . *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nur Hidayat, Dedy. *Pengantar Komaunikasi Massa*. Cet. II; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Cet. 1; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007.
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Cet. 1. Jakarta: Kencana. 2007.
- Quinn, Stephen. *Convergence; The Journal Research Into New Media Technologies*. London: Sage Publication Inc. Vol. 10, 2004.
- Rais, Muhammad Amin. *Selamatkan Indonesia*. Yogyakarta: PPSK Press, 2008.
- Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. Nuansa Cendikia, 2012.
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Cet. 4; Jakarta: PT Raja Grafindo, 2008.
- Santana K, Septiawan. *Jurnalistik Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005.
- Schramm, Wilbur. *The Process and Effects Of Mass Communication dalam Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cet. 15; Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

- Siregar, Amir Effendi, dkk. *Potret Manajemen Media di Indonesia*. Yogyakarta: Total Media, 2010.
- Stoner, James, dkk. *Manajemen*. Edisi Indonesia; Jakarta: PT. Prenhallindo, 1995.
- Sukarna. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju, 2011.
- Sumadiria, A.S. Haris. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: PT Simbiosis Rekatama Media, 2006.
- Suryawati, Indah. *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Tajibu, Kamaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Cet. I. Makassar: AU Press. 2013.
- Tebba, Sudirman. *Jurnalistik Baru*. Ciputat: Kalam Indonesia, 2005.
- Tedjasutisna, Ating. *Etika Komunikasi*. Bandung: Armico, 1994.
- Terry, George R. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. terj. J. Smith D.F.M. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Tike, Arifuddin. *Dasar-Dasar Komunikasi: Suatu Studi dan Aplikasi*. Cet. 1; Yogyakarta: Kota Kembang, 2009.
- Tripathi, P.C. & P.N. Reddy, *Principles of Management*. New Delhi, Tata Mc-Graw Hill, 2008.
- Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Pedoman Penulis Karya Ilmiah: Makalah, skripsi, Tesis, Desertasi, dan Laporan Penelitian*. Cet. 1; Makassar: Alauddin Press, 2013.
- Winardi. *Asas-asas Manajemen*. Jakarta: Mandar Maju, 2010.
- Yosef, Jani. *To Be Journalist: Menjadi Jurnalis TV, Radio, dan Surat Kabar Yang Profesional*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

#### **Sumber Online:**

- “Difusi Inovasi”. *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Difusi\\_inovasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Difusi_inovasi) (29 Januari 2020).
- “Konvergensi Media”. *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi\\_media](https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi_media) (29 Januari 2020).
- “Rest In Print: Beberapa Media Indonesia Yang berhenti Cetak Di 2017-2019 (UPDATE LIST)”, *The Display*. <https://thedisplay.net/2018/01/03/media-cetak-indonesia-tutup-2017/> (1 September 2019).
- Aini, Caroline Bunga. “Kuliah 2: Manajemen Penerbitan Media Cetak”, *Wordpress Caroline Bunga Aini*.  
<https://carolinebunga.wordpress.com/2015/04/13/kuliah-2-manajemen-penerbitan-media-cetak/> (1 September 2019).
- Fadilah, Efi, dkk. “Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio”. *Kajian Jurnalisme*, vol. 1 no.1 (Tahun 2017). <http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme> (Diakses 23 Juni 2020).



- Khadziq. “Konvergensi Media Surat Kabar Lokal: Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal”. Vol.10/N0.01/April 2016, h. 7.  
<https://media.neliti.com/media/publications/224312-konvergensi-media-surat-kabar-lokal-stud.pdf> (18 Oktober 2019).
- Pamungkas, Cahyo. “Global Village Dan Globalisasi Dalam Kontes Ke-Indonesiaan”, *Global Strategis*, vol. 9, no. 2 (Juli-Desember 2015), h. 251.  
<https://e-journal.unair.ac.id/JGS/article/view/6908> (1 September 2019).
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. “Penetrasi Internet Di Indonesia Capai 64 Persen”, *Kompas.com*. 20 Februari 2020.  
<https://tekno.kompas.com/read/2020/02/20/14090017/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-64-persen> (1 Juni 2020).



## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DOKUMENTASI FOTO PENELITIAN



**Gambar 1**

Penulis Sedang Melakukan Wawancara Dengan Wakil Pemimpin Redaksi II Tribun Timur



**Gambar 2**

Penulis Sedang Melakukan Wawancara Dengan Manajer Produksi Tribun Timur



**Gambar 3**  
Penulis Sedang Melakukan Wawancara Dengan Manajer Digital Tribun Timur



**Gambar 4**  
Penulis Sedang Melakukan Wawancara Dengan Koordinator Liputan Tribun Timur



**Gambar 5**  
Penulis Sedang Melakukan Wawancara Dengan Editor *Online* Tribun Timur



**Gambar 6**  
Penulis Sedang Melakukan Wawancara Dengan Wartawan Tribun Timur



**Gambar 7**

Penulis Sedang Melakukan Sesi Foto Bersama Di Acara Ulang Tahun Tribun Timur



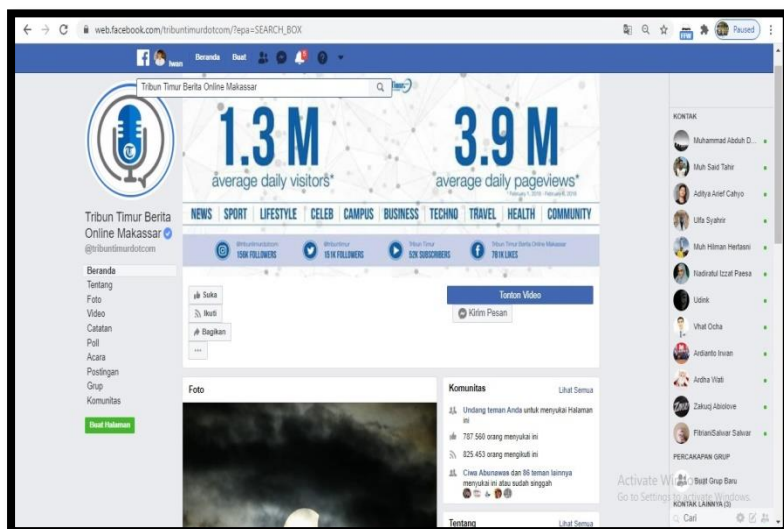
**Gambar 8**

Gedung Tribun Timur

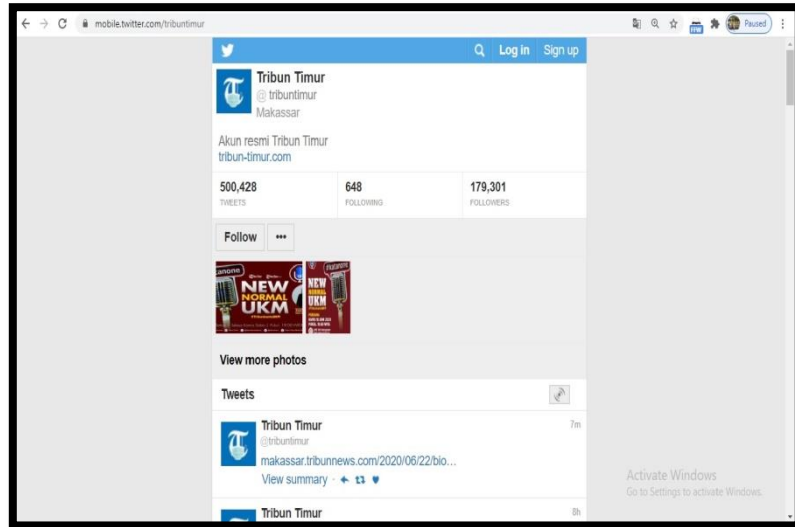




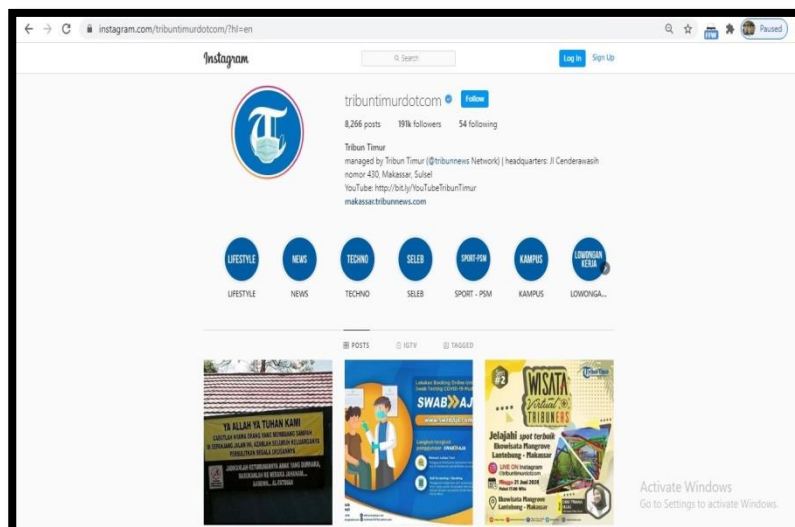
**Gambar 9**  
*E-Paper Tribun Timur*



**Gambar 10**  
*Facebook Tribun Timur*

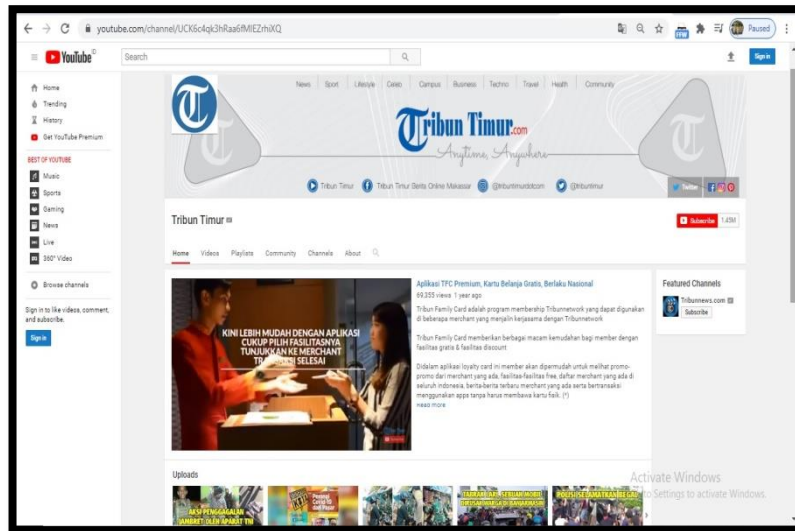


**Gambar 11**  
*Twitter* Tribun Timur



**Gambar 12**  
*Instagram* Tribun Timur

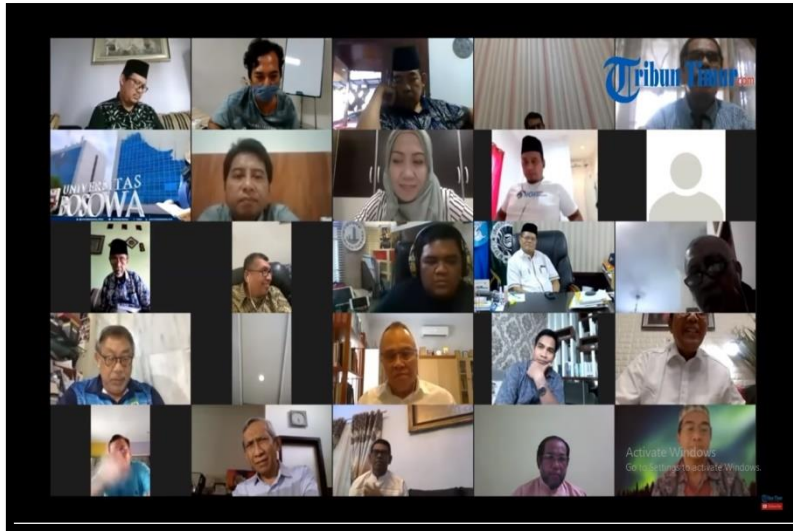




**Gambar 13**  
Youtube Tribun Timur



**Gambar 14**  
Portal Berita Tribun Timur



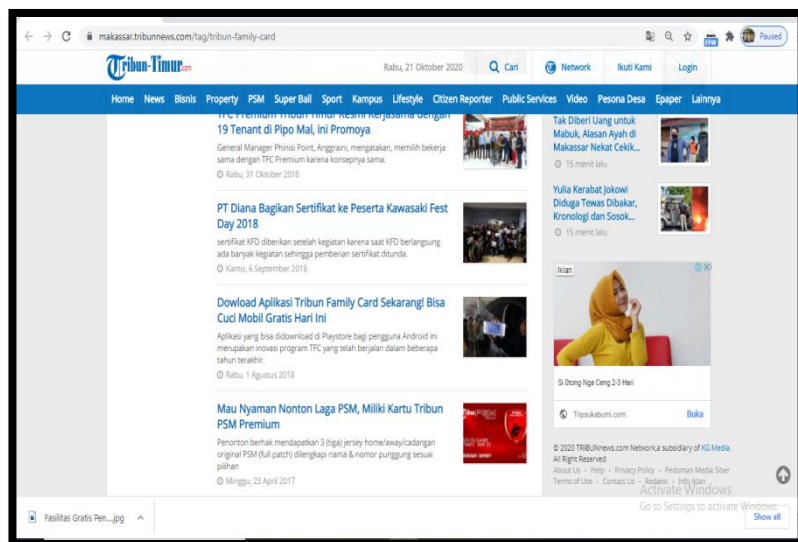
**Gambar 15**  
Dialog Virtual Tribun Timur



**Gambar 16**  
*Podcast* Tribun Timur





**Gambar 17**  
TFC (Tribun Family Card) Tribun Timur



**Gambar 18**  
Fasilitas Bagi Pengguna TFC (Tribun Family Card)

## SURAT IZIN PENELITIAN

  
PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 26565/S.01/PTSP/2019  
Lampiran :  
Perihal : Izin Penelitian

KepadaYth.  
Pimpinan Redaksi Tribun Timur Makassar

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Direktur PPs UIN Alauddin Makassar Nomor : B-2891/Un.06/PPs/TL.00.9/12/2019 tanggal 04 Desember 2019 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a

: IKHWAN

Nomor Pokok

: 80100218067

Program Studi

: Dirasah Islamiyah

Pekerjaan/Lembaga

: Mahasiswa(S2)

Alamat

: Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36, Samata Gowa

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Tesis, dengan judul :

**" INOVASI MEDIA CETAK DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 (STUDI KASUS TRIBUN TIMUR) "**


Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **09 Desember 2019 s/d 09 Februari 2020**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada tanggal : 10 Desember 2019


A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU  
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

  
**A. M. YAMIN, SE., MS.**  
Pangkat : Pejabat Utama Madya  
Nip : 19610513 199002 1 002


Tembusan Yth

1. Direktur PPs UIN Alauddin Makassar di Makassar;
2. Peninggal.

SIMAP PTSP 10-12-2019





Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://simap.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90231





## SURAT KETERANGAN PENELITIAN

	<small>Jl. Cenderawasih No. 430 Makassar 90134 Phone : 0411-8115555, 8115560 Fax : 0411-8115511, 8115522</small>
<b>SURAT KETERANGAN</b> <small>No. 01/Sket-HRTTX/2020</small>	
Yang bertanda tangan di bawah ini :	
<b>Nama</b>	: Sonny Maryanto
<b>Jabatan</b>	: HR & GA Manager PT. Bosowa Media Grafika (Tribun Timur)
Dengan ini menerangkan bahwa :	
<b>Nama</b>	: Ikhwani
<b>No. Pokok</b>	: 80100218087
<b>Program Studi</b>	: Dirasah Islamiyah PPs UIN Alauddin Makassar
Benar telah melakukan pengumpulan data terkait penelitian tesis dengan judul " <b>INOVASI TRIBUN TIMUR DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0</b> " mulai tanggal 9 Desember 2019 sampai 9 Februari 2020.	
Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.	
Makassar, 2 November 2020	
	
<b>Sonny Maryanto</b> HR & GA	

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ikhwan, S. Sos lahir di Parippung 12 Mei 1991, dan penulis adalah anak keempat dari lima bersaudara. Penulis merupakan anak dari pasangan H. Bandu Dg Mappuji dan Hj. Nursidar. Penulis menepuh pendidikan dimulai dari jenjang pendidikan dasar yakni di Sekolah Dasar (SD) Inpres 3/77 Manurunge Kabupaten Bone. Setelah tamat dari pendidikan sekolah dasar pada tahun 2004, penulis kemudian melanjutkan kejenjang pendidikan menengah pertama yakni di Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) Watampone pada Tahun 2004, dan setelah tamat dari pendidikan sekolah menengah pertama pada tahun 2007, penulis kemudian melanjutkan lagi kejenjang pendidikan menengah atas yakni di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Watampone. Sampai pada tahun 2010 setelah penulis tamat dari pendidikan menengah atas, penulis kemudian melanjutkan kejenjang pendidikan tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik dan penulis menyelesaikan kuliah strata satu (S1) pada tahun 2014 dengan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Setelah itu, pada tahun 2019 penulis melanjutkan lagi pendidikan strata dua (S2) di kampus yang sama yakni di Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar. Sampai dengan penulisan tesis ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Dirasah Islamiyah Konsentrasi Dakwah dan Komunikasi Pascasarjana UIN Alauddin Makassar.